

Grands médias

Temps difficiles pour les médiateurs de presse



Marie-Laure Augry, présidente du Club des médiateurs de presse

Malgré son utilité, la fonction résiste mal à la crise économique

Les médiateurs de presse, une bonne idée qui ne fait plus recette ? Huit médias qui ont eu un médiateur n'en ont plus, deux importants quotidiens (*Le Monde* et *L'Est républicain*) sont en attente d'un éventuel titulaire du poste. Le Club des médiateurs de presse français, créé en juin 2006, a compté jusqu'à quinze membres (donc en activité) ; ils ne sont plus que dix, dont deux n'ont pas officiellement cette fonction (voir tableau page 2).

Le premier poste de médiateur de presse en France a été créé au *Monde* en 1994, sur le modèle des « ombudsmen » aux Etats-Unis ou du « défenseur des lecteurs » du quotidien madrilène *El Pais*. L'audiovisuel public a emboîté le pas à partir de 1998, aiguillonné par une recommandation du ministre de la communication de l'époque, la socialiste Catherine Trautmann. Une autre « vague » de création de ces postes s'est produite dans la presse quotidienne régionale à partir de la fin des années 1990 : huit médiateurs, éphémères ou non, y ont été installés.

Initiative patronale. Dans presque tous les cas, l'initiative est venue de la volonté des directions. Confrontées à la crise de confiance du public, elles ont trouvé là une réponse partielle mais efficace, en légitimant la critique des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, et en structurant un dialogue public avec eux. La « Charte de déontologie » de Radio France Internationale, qui définit la fonction de son médiateur, estime justement que « sa raison d'être est de conforter la crédibilité du média ». La création d'un poste peut aussi être justifiée, pour les directions, par un rôle de filtre évitant des procédures judiciaires. La chaîne privée TF1 constitue une exception à cette initiative patronale : c'est un journaliste, Jean-Marc Pillas, qui a proposé une telle création début 2009, d'abord à mi-temps ; le fonction a été pérennisée et étendue en septembre 2010 avec son successeur, Françoise-Marie Morel.

(lire la suite page 2)

Actualité

Sourcer, c'est pas sorcier...

Le Nouvel Observateur du 17 mars a fourni une belle démonstration de « journalisme assis ». Plutôt que d'aller sur le terrain enquêter, voir, interroger et raconter ensuite au lecteur le résultat de son travail, pourquoi ne pas faire cela tranquillement devant son ordinateur, en compilant journaux papier ou audiovisuels, sites et blogs... Cela donne un « récit » fort bien troussé – titré « *J'ai cru à la fin du monde* » – « *de ces journées qui resteront pour le Japon comme l'une des pires crises de son histoire* ». Emaillé de choses vues et de citations, l'article du grand reporter Jean-Paul Mari, prix Albert Londres s'il vous plaît, est riche et intéressant.

Un détail qui fait tâche : le journaliste a « omis » de citer ses sources, journaux français et étrangers notamment, qui lui ont permis en une nuit et une matinée de satisfaire la commande faite dans l'après-midi par la hiérarchie du journal. C'est ce qu'il a dit à l'hebdomadaire *Les Inrocks*, qui avait éventé l'indélicatesse. Si ce rédacteur avait été lui-même « pompé » par d'autres, il n'aurait sûrement pas apprécié. (lire la suite page 3)

Publicité

Merci Monsieur Lefebvre !

L'in vraisemblable est pourtant sous nos yeux.... Le secrétaire d'Etat à l'économie Frédéric Lefebvre a commis un plagiat ! Ce n'est pourtant pas faute de cas similaires dans l'actualité récente : nombre « d'auteurs » ont récemment été trouvés la main dans le sac. On aurait pu croire qu'un homme politique de ce calibre aurait pris les précautions d'usage. Mais l'ancien porte-parole de l'UMP est un hyperactif, pressé à la diable et qui ne s'embarrasse pas de ces détails. On n'a pas oublié, notamment, son empressement à dénoncer un prétendu ostracisme de l'AFP envers le parti du président ! Frédéric Lefebvre s'est donc contenté de modifier les marges de certains passages de son livre *Le mieux est l'ami du bien* (Cherche midi), comme si cette seule mise en page suffisait à indiquer qu'il « emprunte » ainsi les mots des autres, sans les nommer ni citer ses sources.

A quelques virgules près, le texte en retrait dans les pages 386 et 387 n'est autre qu'une interview d'Yves Agnès (président de l'APCP) par le journaliste Gilles Labarthe, publiée le 13 février 2008 dans le quotidien suisse romand *Le Courrier*. C'était au moment de la parution du livret dont ce dernier est l'auteur, *Régulation, médiation, veille éthique : les conseils de presse, la solution ?*, dans la collection *Journalisme responsable* de l'Alliance internationale de journalistes¹.

L'APCP est largement citée dans cet extrait « emprunté ». Alors, merci Monsieur Lefebvre pour cette publicité gratuite ! Et nous ne pouvons qu'inviter le secrétaire d'Etat à ajuster ses écrits à ses actes : envoi de son chèque d'adhésion à l'APCP (15 €) et mise en place d'un dispositif législatif favorisant la création du conseil de presse qui manque depuis si longtemps au journalisme français.

■ Manola GARDEZ

1 Téléchargeable sur le site de l'Alliance : <http://www.alliance-journalistes.net/>

Grands médias

... (suite de la page 1) Médiateurs de presse

Variable d'ajustement. Pourquoi ce recul des postes de médiateurs ? La première réponse est que la crise financière qu'ont connue et connaissent encore les médias, notamment les journaux, en a fait des « variables d'ajustement » des effectifs. Gagner un poste, occupé par un journaliste chevronné et bien rémunéré, est tentant, même si c'est un calcul à court terme. D'autre part, on ne peut pas dire que les rédactions se soient mobilisées ou se mobilisent pour leur défense, et particulièrement les hiérarques. Lorsque le médiateur fait correctement son travail, et qu'il lui arrive d'épingler celui d'un journaliste ou de la chaîne rédactionnelle, on ne lui saute pas au cou ! Il est de notoriété publique qu'à France 2, par exemple, l'ancienne directrice de la rédaction avait obtenu du PDG la suppression de l'émission hebdomadaire du médiateur... En outre, une tendance se dessine pour estimer que le dialogue avec les lecteurs peut se faire « naturellement » par le biais d'Internet, et que la médiation deviendrait superflue... On sait au contraire que celle-ci est encore plus nécessaire !

Trois vertus. Pourtant, les médiateurs ont largement démontré leur utilité en pratiquant trois vertus. La première est de manifester concrètement au public qu'on ne le méprise pas. Répondre de façon personnalisée aux critiques et surtout exprimer publiquement (à travers une chronique ou une émission) ses réserves, voire sa désapprobation envers des fautes déontologiques est très favorablement ressenti par ce public. Deuxième vertu : le médiateur devient peu à peu responsable des « bonnes pratiques », qu'il rappelle individuellement ou collectivement à des journalistes tirés en sens inverse par le système médiatique. Troisième vertu, la plus malaisée à mettre en œuvre : s'ils ont du courage, s'ils prennent le risque de se faire mal voir des uns et des autres, les médiateurs peuvent durablement faire bouger les lignes. Car, comme le répétait le premier président du Club des médiateurs de presse, Patrick Pépin, « *les gens demandent simplement aux journalistes de faire correctement leur métier* ».

Question d'indépendance. Mais la tâche est ardue, car le statut du médiateur, variable selon les entreprises, le place en permanence entre le marteau et l'enclume. Avocat des lecteurs auprès de la rédaction et avocat de celle-ci auprès des lecteurs (comme se définissent la plupart des médiateurs de presse français) il leur faut jouer les arbitres dans des conditions inconfortables. Tous sont liés en effet à leur média, qu'ils en soient les salariés ou l'ancien rédacteur en chef, retraité, comme à *La Dépêche du Midi*. Leur indépendance, si elle est parfois signifiée par écrit dans la définition du poste, n'est donc pas absolue, à l'inverse des médiateurs professionnels qui interviennent dans les litiges (entreprises, familles, collectivités...). Dès lors – et certains le reconnaissent sans ambages – ils savent qu'ils sont aussi vis-à-vis du public, et malgré eux, des « communicants » au service de leur média. C'est toute l'ambiguïté de la médiation de presse. ■ Y.A.

Médiateurs en poste aujourd'hui	« Médiateurs » n'ayant pas le titre	Médiateurs éphémères
France Télévisions programmes (Alain Le Garrec)	<i>La Nouvelle République du Centre-Ouest</i> (Yves Mary)	<i>La Vie</i>
France 2 (Nicolas Jacobs)	<i>Le Nouvel Observateur</i> (Jean-Marcel Bouguereau)	<i>Le Progrès</i>
France 3 (Marie-Laure Augry)		<i>Paris-Normandie</i>
Radio France (Jérôme Bouvier)		<i>Midi libre</i>
Radio France Internationale (Dominique Burg)		RFO
TF1 (Françoise-Marie Morel)	Postes en « standby » sans titulaire	France 5
<i>La Dépêche du Midi</i> (Henri Amar)	<i>L'Est républicain</i>	<i>L'Express</i>
<i>Sud-Ouest</i> (Thierry Magnol)	<i>Le Monde</i>	<i>Le Parisien / Aujourd'hui</i>

Jci et là

La PQR remanie ses « Règles et usages »

La « Commission de l'information », commune aux deux syndicats patronaux de la presse quotidienne régionale et départementale, procède actuellement à une mise à jour de ses « Règles et usages de la presse quotidienne régionale », adoptées fin 1995. Cette commission est composée de rédacteurs en chef, sous la houlette de Jacques Camus (*La République du Centre*) et de Jean Viansson-Ponté, nouveau président du SPQR. Auditionnée en avril par cette assemblée, l'APCP n'y a guère rencontré d'engouement en faveur du dispositif déontologique national « code + instance » qu'elle préconise (SPQR et SPQD n'étaient pas présents à notre « Tour de table » des Assises le 17 novembre 2010 et n'ont pas exprimé de position publique sur cette question).

Déontologie à l'Assemblée nationale

La prévention des conflits d'intérêts dans la sphère publique ne devrait pas se limiter aux ministres et hauts responsables de l'Etat (un projet de loi a été annoncé pour juin) : les députés auront eux aussi leur dispositif déontologique, comprenant un code, une « déclaration d'intérêts » déposée en début de mandat et l'institution d'un « déontologue », personnalité extérieure à l'Assemblée nationale. Le président de l'Assemblée, l'UMP Bernard Accoyer, estime, rapporte *Le Monde*, que les députés doivent « *montrer leur volonté de transparence* » et « *parvenir à une position la plus consensuelle possible* ».

Le PS se préoccupe (aussi) de la déontologie

Dans le projet en 30 points du Parti socialiste pour 2012, rendu public fin mars, figure la promesse d'un projet de loi sur « le pluralisme des médias », englobant des mesures anti-concentration, l'indépendance des équipes rédactionnelles et le renforcement de la protection des sources des journalistes. Interrogé par l'APCP, le député de Paris Patrick Bloche (président de la « Commission médias » du PS) a indiqué qu'il était favorable à un dispositif de déontologie concernant les médias et que des discussions allaient se poursuivre au sein de son parti d'ici le scrutin présidentiel de 2012.

Trop d'hybrides info/pub

Les recettes publicitaires ont chuté de 12,5% en 2009 dans les médias français, selon l'Institut de recherches et d'études publicitaires. Ce constat nous invite à analyser les effets de nouvelles contraintes économiques sur la fabrication de l'information : journaux et chaînes ne vont-ils pas tout tenter pour attirer la pub ?

C'est ce que propose de faire Valérie Patrin-Leclère, chercheuse en sciences de la communication et de l'information : à partir d'un photo-reportage, « Kibboutz Spirit » [1] publié en juin 2009 dans le supplément de *Libération* « Next », elle pointe les hybridations croissantes entre rédaction et publicité. Les photos présentées comme des « instants volés » de la communauté sont en fait une mise en scène photographique des habitants du kibboutz... tout de Gap vêtus pour l'occasion ! La campagne publicitaire se « dépublicitarise ». Où est passée la mention « Publicité » qui devrait jouxter l'espace rédactionnel ? La barrière saute et la pub s'imisce dans l'éditorial.

Pourtant, dès la charte SNJ de 1918, le principe de la distinction entre publicité et information est affirmé : « *un journaliste digne de ce nom ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale* ». Comment les journalistes de *Libération* ont-ils laissé publier cet article ? Par suite d'une somme de comportements individuels « acceptables » selon la chercheuse.

A la question « croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions de l'argent » [2], 58% des Français répondent « non ». Peut-être la lutte contre ces aménagements du contenu rédactionnel en faveur des annonceurs (continuité dans les codes visuels par exemple) pourrait-elle sauver les 42% qui n'ont pas encore retiré leur confiance en ce bien commun qu'est l'information... ■ **Camille DUPUY**

[1] Patrin-Leclère V. (2010), « Les traces d'un fourvoiement journalistique : 'Kibboutz spirit', *Libération Next*, juin 2009 », *Communication & langages*, pp.117-126.

[2] TNS Sofres, (2011), *Baromètre de confiance dans les médias*.

Actualité

... (suite de la page 1) Sourcer, c'est pas sorcier...

Sourcer, c'est pourtant pas sorcier. C'est LA règle de base de l'Agence France Presse. Dans le cas d'espèce, ne pas le faire est une faute déontologique à l'égard de ses confrères, déjà pointée dans la « Déclaration des devoirs professionnels du journaliste » du SNJ (juillet 1918) : « *Un journaliste digne de ce nom... ne se rend coupable d'aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit, dans sa forme ou son esprit, un texte quelconque* ».

Mais citer ses sources est aussi un service qui est dû au public. Lequel a le droit de savoir d'où vient l'information, qui est « l'émetteur ». Il peut ainsi en apprécier mieux la fiabilité et attribuer à César ce qui est de son fait. On a été fortement agacé, lors des événements survenus en Tunisie, en Egypte, en Lybie, d'entendre ou de lire les montants supposés des fortunes des potentats de ces pays, à coups de dizaines de milliards d'euros... D'où venaient l'évaluation de ces sommes pharamineuses ? Certainement pas des recherches minutieuses des journalistes qui les diffusaient. Du gouvernement français ? D'institutions internationales ? N'étaient-elles pas simplement inventées pour la circonstance ? Le doute s'installe.

Il est pourtant un cas où l'on aimerait, à l'inverse, que les journalistes ne citent pas leurs sources. Un cas agaçant, lui aussi : le décompte des manifestants lors des défilés de rue en France. Tant selon les organisateurs, tant selon la police. Le plus simple, si l'on veut informer correctement son public, n'est-il pas de faire son travail de journaliste, d'être sur place et de compter ? Là encore, ce n'est pas sorcier. ■ **Yves AGNÈS**

Agenda

Les Entretiens de l'information

Cette association rassemble essentiellement des journalistes, des écoles de journalisme, des chercheurs (sociologues, politologues...), ainsi que des acteurs de la vie sociale (la Ligue de l'enseignement...). Elle est présidée par Jean-Marie Charon et organise des colloques et séminaires sur le traitement de l'information dans les médias et les éléments structurels ou sociaux qui influent sur ce traitement. Son assemblée générale annuelle aura lieu mercredi 18 mai à 18 h à l'Institut pratique du journalisme (IPJ), 24, rue Saint-Georges, 75009 Paris (M° Notre-Dame de Lorette, Le Peletier). Renseignements et adhésions : <http://www.entretiens.info>

« Les femmes et les médias »

La place des femmes, comparée à celle des hommes, dans les médias d'information générale, est le thème d'une rencontre organisée le 9 juin 2011 dans l'hémicycle du Conseil régional d'Île-de-France (57, rue de Babylone, 75007 Paris, M° Saint François-Xavier) par le site d'information en ligne www.lesnouvellesnews.fr. L'entrée et libre. Inscriptions sur le site ou à la rédaction (01 44 88 58 57).

Bibliothèque

Journalistes engagés,

par Claude Estier. *L'ancien journaliste et parlementaire socialiste, né en 1925, nous livre un essai historique sur les journalistes français engagés politiquement au cours du XX^{ème} siècle. La plus grande partie est consacrée à la seconde guerre mondiale et à la Libération. L'Histoire est ici racontée au travers des écrits de professionnels dont la plume est tout entière au service de leurs convictions et de leurs combats.* « Des causes, conclut l'auteur, qui n'ont plus place aujourd'hui ».

Le cherche midi, 336 pages, 18 €.

Quis custodiet ipsos custodes ?,

mémoire de fin d'études de Jérôme Paquet. *Qui gardera les gardiens (de la démocratie) ? Etudiant en troisième année à l'ISCPA de Lyon, Jérôme Paquet a rédigé son mémoire « sur la question de la création d'une instance déontologique pour les journalistes en France ». L'exposé est clair et les annexes comprennent des interviews diversifiées, notamment du secrétaire général du Conseil de presse du Québec et du président du Conseil de déontologie journalistique de Belgique francophone.*

je-paquet@orange.fr

Le Conseil de l'Europe et la déontologie des médias

Le Conseil de l'Europe a été et continue d'être pionnier sur le continent en matière de liberté d'expression, droit d'être informé et responsabilité des médias à l'égard de leurs publics. Plusieurs textes déjà anciens forment la base de cette action.



Le Palais de l'Europe et autres institutions européennes à Strasbourg

La Convention de sauvegarde des droits de l'homme (article 10) Adoptée en 1950. *La Cour européenne des droits de l'homme de Strasbourg est chargée de son application.*

« Article 10. Liberté d'expression

1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les Etats de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations.

2. L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire. »

Déclaration sur les moyens de communication de masse et les droits de l'homme

Adoptée à l'unanimité par l'Assemblée consultative le 23 janvier 1970.

« Mesures destinées à garantir la responsabilité de la presse et des autres moyens de communication de masse. Il incombe à la presse et aux autres moyens de communication de masse de s'acquitter de leurs fonctions avec le sens de leur responsabilité envers la collectivité et les particuliers. Il est souhaitable d'instituer à cet effet (lorsqu'ils n'existent pas encore) :

- (a) une formation professionnelle volontaire des journalistes, placée sous la responsabilité des journalistes eux-mêmes ;
- (b) un code de déontologie pour les journalistes, qui devrait porter notamment sur les points suivants :

exactitude et équilibre des informations publiées, rectification des informations inexacts, distinction claire entre les informations et les commentaires, nécessité d'éviter toute calomnie, respect de la vie privée, respect du droit à un jugement équitable, tel que garanti par l'article 6 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme ;

(c) des conseils de la presse habilités à enquêter et même à infliger un blâme en cas de conduite incompatible avec les normes de la profession en vue d'obtenir une autodiscipline de la presse. »

Résolution relative à l'éthique du journalisme

Résolution 1003, 1993.

« Éthique et autocontrôle en journalisme

Compte tenu de ce qui précède, les médias doivent s'engager à se soumettre à des principes déontologiques rigoureux garantissant la liberté d'expression et le droit fondamental des citoyens à recevoir des informations vraies et des opinions honnêtes.

Pour la surveillance et la mise en application de ces principes, il faut créer des organismes ou des mécanismes d'autocontrôle composés d'éditeurs, de journalistes, d'associations d'utilisateurs des médias, de représentants des milieux universitaires et de juges qui élaboreront des résolutions sur le respect des préceptes déontologiques par les journalistes, que les médias s'engageront à rendre publiques. Tout cela aidera le citoyen, qui a droit à l'information, à porter un jugement critique sur le travail du journaliste et sur sa crédibilité.

Les organismes ou les mécanismes d'autocontrôle ainsi que les associations d'utilisateurs des médias et les départements universitaires compétents pourront publier annuellement les recherches effectuées *a posteriori* sur la véracité des informations diffusées par les médias, par rapport à la réalité des faits. De cette façon, on obtiendra un baromètre de la crédibilité qui renseignera les citoyens sur la valeur éthique de chaque média ou de chaque section, ou d'un journaliste en particulier. Les mesures correctives prises en conséquence permettront en même temps d'améliorer l'exercice de la profession de journaliste. »

Etranger

Il faut démontrer lorsqu'on accuse

Le Conseil de presse du Québec a blâmé le magazine Maclean's pour avoir manqué de rigueur et véhiculé des préjugés en affirmant que le Québec est « la province la plus corrompue du Canada ».

L'affaire a fait grand bruit et les « politiques » étaient montés au créneau. La décision du conseil de presse québécois calme le jeu grâce à une décision équilibrée. Dans un avis rendu public le 18 mars 2011¹, l'instance de co-régulation des médias a retenu partiellement la plainte du militant souverainiste Gilles Rhéaume contre l'hebdomadaire de Toronto *Maclean's* (édition du 24 septembre 2010), qu'il a blâmé pour « manque de rigueur et préjugés ». La page « une » présentait une image de la mascotte du Carnaval de Québec, le Bonhomme Carnaval, une serviette débordant de billets de banque à la main, accompagnée de la manchette : « *The Most Corrupt Province In Canada* » (La province la plus corrompue au Canada).

Selon la décision unanime des sept membres de l'organisme, jamais l'article du journaliste Martin Patriquin ou aucun autre article du magazine ne démontre que le Québec serait la province la plus corrompue du Canada : « *Le Comité des plaintes et de l'éthique de l'information (CPEI) du Conseil de presse a jugé que les titres de l'article et du magazine étaient porteurs de préjugés discriminatoires, en ce sens que l'accusation qui était ainsi portée, lourde de signification, n'a jamais été démontrée dans les articles qu'ils coiffaient* ».

Le Conseil estime cependant que le magazine a exercé sa liberté rédactionnelle en choisissant le Bonhomme Carnaval en manchette pour représenter les Québécois : « *Bien qu'on puisse se questionner sur la justesse de ce choix, il s'agissait d'une utilisation caricaturale de ce symbole, servant à illustrer le sujet principal du magazine. Cette pratique ne contrevient pas aux règles déontologiques reconnues. Le Conseil rejette donc le grief pour atteinte à l'image* ». ■ Jean-Luc MARTIN-LAGARDETTET

1 http://www.conseildepresse.qc.ca/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=33&Itemid=155&lang=fr&did=1795&limitstart=0

Etranger

Ne « tweetez » pas à tort et à travers !

Le conseil de presse britannique estime que ce qui est accessible sur « Twitter » est publiable

La britannique Sarah Baskerville a un compte sur « Twitter » où elle partage, avec sept cent autres abonnés, ses sentiments à l'égard de son travail, des opinions politiques, son appréciation sur un animateur de formation (« *mentalement dérangé* »), le collègue de bureau à la gueule de bois perpétuelle... Quand elle a des critiques contre des hommes politiques, elle les tweete. Ses relations amicales avec l'épouse du président du Parlement ? tweetées elles aussi. Tout allait bien jusqu'à ce que Sarah Baskerville retrouve ses confidences dans deux journaux, *The Independent on Sunday* et le *Daily Mail*. Illustrées par une photo extraite de sa page sur « Flickr ».

Très embarrassée, car elle est fonctionnaire et tenue à un devoir de réserve, elle porte plainte auprès de la Press Complaints Commission (le conseil de presse britannique) pour intrusion dans sa vie privée. Elle accuse aussi les journaux d'avoir sorti les informations de leur contexte et d'avoir donné d'elle une fausse image. Les journaux répondent que les messages ont été postés ouvertement et que ce matériel pouvait être vu par n'importe qui. Pas de chance pour Sarah Baskerville, la PCC ne considère pas que l'exploitation de ces informations constitue une violation de la vie privée :

- le blog et la photo n'étaient pas suffisamment protégés, les informations pouvaient être « retweetées » par un abonné, c'est-à-dire copiées et renvoyées à d'autres sous la forme d'un nouveau tweet ;
- les informations publiées ne relevaient pas de l'intimité de la plaignante ;
- la sélection des informations n'induisait pas les lecteurs en erreur sur la personnalité de la plaignante ;
- la publication des informations était légitime dans la mesure où elles décrivaient une violation du « code » des fonctionnaires sur l'impartialité.

Conclusion : plainte rejetée.

Amateurs de réseaux sociaux, soyez prudents... ■ Didier EPELBAUM

Contacts

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

Manola Gardez, secrétaire, manolag@gmail.com, 06 82 35 14 03

Georges Potriquet, trésorier, georgespotriquet@gmail.com, 06 82 11 30 26

Belgique francophone

Journalistes, réseaux sociaux et déontologie

Le Conseil de Déontologie Journalistique de Belgique francophone (CDJ) a examiné l'application de la déontologie journalistique dans le cas des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, blogs...).

Le conseil s'est posé diverses questions sur l'utilisation par les journalistes des réseaux sociaux comme mode d'expression :

- distinction entre vie privée et professionnelle dans le cas des journalistes ;
- recadrage de ce débat dans celui, plus vaste, de l'information en ligne et des forums ;
- maintien du droit au commentaire ;
- caractère partiellement public et partiellement privé du réseau de destinataires.

L'avis du CDJ, rendu le 13 octobre 2010, place ce prolongement de l'activité journalistique dans le champ de la déontologie professionnelle. Le voici.

« *Le CDJ constate que ces nouvelles techniques font de plus en plus partie intégrante de l'activité journalistique, tant pour recevoir que pour émettre des informations. Certes, les personnes exerçant une activité d'information, comme tout individu, ont droit à une sphère d'expression privée. Mais lorsqu'elles diffusent des messages d'information sur un support numérique destiné à un public non défini et non limité, il faut considérer qu'elles y exercent une activité de type journalistique. Elles sont par conséquent tenues d'y respecter leur déontologie professionnelle.* »

www.deontologiejournalistique.be



André LINARD, Journaliste et secrétaire général du CDJ.