

Rapport Annuel 2016

# *L'information dans la tourmente*



Dessin original de Plantu pour l'ODI

10 mars 2016

<http://www.odi.media>



## Sommaire

<b>Informé dans la tourmente.....</b>	<b>5</b>
<b>1. L'information au cœur de la démocratie .....</b>	<b>6</b>
1.1. Liberté et déontologie .....	6
1.2. Liberté et sécurité .....	7
1.3. La déontologie de l'information .....	9
1.4. Le CSA et l'ODI .....	11
1.5. Temps de parole .....	12
<b>2. Exactitude et véracité.....</b>	<b>15</b>
2.1. Erreurs passives & Fautes d'ignorance.....	15
2.2. Illustrations erronées .....	15
2.3. Canulars repris.....	16
2.4. Mauvaises identifications.....	17
2.5. Titre et contenu différents .....	18
2.6. Manque de rigueur.....	19
2.7. Référence à une source unique et défaut de recoupement .....	19
2.8. Approximations et confusion .....	22
2.9. Rumeurs crédibilisées.....	23
2.10. Emballlements et suivisme.....	24
2.11. Amalgames et partis pris.....	24
2.12. Alarmisme.....	25
2.13. Remodeler la réalité .....	26
2.14. Mises en scène .....	27
<b>3. Conditions de production .....</b>	<b>29</b>
3.1. Influence des réseaux sociaux.....	29
3.2. Conditions économiques et sociales de production .....	31
3.3. Rapport avec les actionnaires .....	32
3.4. Rapports avec la publicité .....	34
3.5. Conflits d'intérêts .....	37
3.6. Bidonnages, mise en scène, emballlements, reprises, plagiat .....	38
<b>4. Respect des personnes .....</b>	<b>40</b>
4.1. Atteinte au respect des personnes par diffusion d'une fausse information.....	40
4.2. Vie privée et intérêt général .....	41
4.3. Les exigences de la protection de l'identité des témoins .....	42
4.4. Dénominations, dénonciations et stigmatisations.....	43
4.5. Respect et protection des personnes vulnérables filmées et de leur dignité.....	45
<b>5. Relations avec les sources .....</b>	<b>47</b>
5.1. Les difficiles relations du monde politique et des journalistes .....	47
5.2. Procès abusif .....	49
5.3. Violence physiques et entraves.....	50
5.4. Le « off » .....	50
5.5. Les journalistes ne servent pas la communication.....	51
5.6. Protection des sources défectueuse .....	51
5.7. Info, publicité, conflits d'intérêts et ménages.....	51
<b>6. Initiatives positives .....</b>	<b>53</b>
6.1. Apports à la réflexion sur la déontologie .....	54
6.2. Débats publics .....	56
6.3. Actions des pouvoirs publics .....	58
6.4. Actions de médias et de journalistes .....	58
6.5. Reconnaître ses erreurs et se réformer .....	61
6.6. Education aux médias : 2015, l'année de la relance .....	62

6.7. Les suites positives des événements de janvier 2015 .....	64
<b>7. Recommandations .....</b>	<b>65</b>
<b>8. Annexes.....</b>	<b>66</b>
Les mots en liberté surveillée.....	67
Les fautes d'erreurs.....	67
Les fautes d'emploi ou d'appréciation .....	69
Réfugiés, terroriste, Daech, Juifs de France, sectes et dérives sectaires... ..	72
Objectivité de l'information, honnêteté du journaliste .....	81
Objectifs et missions de l'ODI.....	84
Instances et organisations membres de l'ODI.....	85
Bulletin d'adhésion 2016.....	87

## Informer dans la tourmente

L'année 2015 a été marquée par les attentats sanglants de janvier et novembre à Paris et par plusieurs autres drames. Les médias ont été interpellés sur leurs pratiques par la société et par les politiques.

L'ODI tient à rappeler que le droit du public à être informé place les médias au cœur de notre démocratie et leur confère une grande responsabilité. Toute tentative de brider la liberté d'information au prétexte de renforcer la sécurité des Français ou de désaccords sur le traitement de l'actualité menace la démocratie. La déontologie, ensemble de règles professionnelles qui, lorsqu'elles sont respectées, permettent de livrer aux publics une information fiable, ne saurait servir de paravent pour entraver l'information ou embrigader les journalistes et les médias au service d'une cause ou d'une autre.

Au cours de l'année 2015, les membres de l'Observatoire de la déontologie de l'information ont poursuivi leur veille sur le respect de la déontologie de l'information, à partir de leurs propres observations et de celles de sources extérieures (sites spécialisés, médias généralistes, syndicats de journalistes, associations de citoyens, chercheurs, etc.). Près de 200 alertes ont été sélectionnées depuis octobre 2014, date de remise du précédent rapport<sup>1</sup>.

Ce troisième rapport de l'Observatoire de la déontologie de l'information, « *Informer dans la tourmente* », souligne un certain nombre de points marquants : la convergence des médias n'est pas seulement un thème économique, elle est également la réalité actuelle de l'information interconnectée qui fait système ; le rôle croissant des réseaux sociaux vient renforcer cet effet systémique ; la gestion des relations avec les sources devient plus complexe à mesure qu'elles se diversifient. Déjà relevés l'année dernière, le durcissement des relations entre les politiques et les médias ou l'effacement des frontières entre information, communication et publicité doivent conduire les rédactions à renforcer leurs défenses déontologiques.

L'ODI ne cherche pas à stigmatiser telle rédaction, tel journaliste ou telle entreprise, mais à faire progresser la démarche déontologique, qu'il estime au cœur de la crédibilité des médias. L'ODI s'attache aux conséquences des effets systémiques plus qu'aux cas particuliers. C'est pourquoi les cas examinés sont anonymes sauf lorsqu'il s'agit de la chose jugée et des bonnes pratiques professionnelles et, par exception, lorsque le cas est tellement connu qu'il est immédiatement identifiable.

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

**Patrick Eveno, Président de l'ODI**

---

<sup>1</sup> Ce rapport de l'ODI, de même que les précédents, « *L'insécurité de l'information* » et « *L'information sous pressions* » sont disponibles en ligne <http://www.odi.media/les-rapports-de-l-odi/>

# 1. L'information au cœur de la démocratie

Dans les précédents rapports de l'ODI, la première partie était consacrée aux événements de l'année écoulée qui interrogeaient la déontologie. Mais l'année 2015 a tellement été marquée par les attentats de janvier et de novembre qu'il nous est apparu essentiel de revenir sur ce qui fonde la relation des médias et des journalistes à leurs publics dans une société démocratique.

## 1.1. Liberté et déontologie

La déontologie de l'information ne peut s'envisager que dans le cadre de la démocratie dont la liberté d'expression, la liberté de la presse, le droit d'informer, le droit du public à être informé sont les fondements<sup>2</sup>. Ils ont valeur constitutionnelle (préambule et article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen) et sont protégés par la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH), qui s'impose à la France comme aux autres États signataires de la Convention.

La Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, signée à Rome le 4 novembre 1950 et ratifiée par la France en 1970, précise, dans son article 10-1 : « *Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontières* ».

Instituée en 1959, la Cour européenne des droits de l'homme est une juridiction internationale compétente pour statuer, au sein du Conseil de l'Europe, sur des requêtes individuelles ou étatiques alléguant des violations des droits civils et politiques énoncés par la Convention. En vertu de l'article 46 de la Convention, la CEDH n'a pas le pouvoir d'abroger des lois ni de casser ou d'annuler des décisions nationales, mais ses arrêts ont force obligatoire. Les autorités nationales doivent transposer les décisions en droit interne. La jurisprudence européenne donne une claire priorité aux critères de contrôle et de vigilance démocratique de la presse et de l'information. La Cour a affirmé que, pour elle, c'est la notion de société démocratique qui « *domine la Convention tout entière* ». Il incombe à la presse d'être « *le chien de garde de la démocratie* » (watchdog).

Plusieurs arrêts de la CEDH nous éclairent. Dans l'arrêt *Sunday Times c. Royaume-Uni* (26 avril 1979), la CEDH énonce qu' « *elle ne se trouve pas entre deux principes antinomiques mais devant un principe - la liberté d'expression - assorti d'exceptions qui appellent une interprétation étroite* ». Les restrictions à la liberté d'expression doivent donc être fortement limitées et correspondre à un besoin d'intérêt général impératif. Dans l'arrêt *Handyside c. Royaume-Uni* (7 décembre 1976) la CEDH précisait d'ailleurs sa conception : « *La liberté d'expression vaut non seulement pour les informations ou idées accueillies avec faveur ou considérées comme inoffensives ou indifférentes, mais aussi pour celles qui heurtent, choquent ou inquiètent l'État ou une fraction de la population* ».

Enfin, dans les arrêts *Jersild c. Danemark* (23 septembre 1994) ou *Bladet Tromsø c. Norvège* (20 mai 1999) la CEDH a considéré que « *ce n'était pas son rôle, pas plus que celui des cours nationales, de se substituer à la presse pour dicter aux journalistes quelles méthodes de reportage ils devraient*

---

<sup>2</sup> « *La liberté de la presse est une promesse tacite de la République au suffrage universel. Ce n'est pas assez que tout citoyen ait le droit de voter. Il importe qu'il ait la conscience de son vote, et comment l'aurait-il si une presse à la portée de tous, du riche comme du pauvre, ne va chercher l'électeur jusque dans le dernier village ?* » Eugène Pelletan, rapporteur de la loi du 29 juillet 1881.

*adopter* ». La Cour a répété cette affirmation à propos du montage d'un sujet audiovisuel dans l'arrêt De Carolis et France Télévisions c. France (21 janvier 2016). Cependant, la protection n'est pas l'impunité ; dans l'arrêt *Standard* c. Autriche (10 janvier 2012), la CEDH a notamment souligné le devoir de vérifier les sources.

Outre la liberté d'expression dans une société démocratique, ce qui prime pour la CEDH c'est la notion d'intérêt général, qui justifie la divulgation d'informations confidentielles. Dans l'arrêt De Haes et Gijsels c. Belgique (24 février 1997), elle affirme : « *Si la presse ne doit pas franchir certaines limites, tenant notamment à la protection de la réputation et aux droits d'autrui ainsi qu'à la nécessité d'empêcher la divulgation d'informations confidentielles, il lui incombe néanmoins de communiquer, dans le respect de ses devoirs et responsabilités, des informations et des idées sur toutes les questions d'intérêt général* ».

L'Observatoire de la déontologie de l'information situe son action dans ce contexte : la démocratie, le droit du public à être informé, qui fondent la liberté d'informer des médias et des journalistes.

## **1.2. Liberté et sécurité**

Les fondements de la démocratie républicaine sont clairs. Lors du débat sur la liberté de la presse en 1881, Georges Clemenceau déclarait : « *La République vit de liberté ; elle pourrait mourir de répression, comme tous les gouvernements qui l'ont précédée et qui ont compté sur le système répressif pour les protéger. [...] Fidèles à votre principe, confiez-vous courageusement à la liberté* ». Dans sa déclaration de politique générale à la Chambre des députés, le 20 novembre 1917, le même Georges Clemenceau, devenu président du Conseil en temps de guerre, déclare : « *Le pays connaîtra qu'il est défendu. Et cela, dans la France libre, toujours. Nous avons payé nos libertés d'un trop grand prix pour en céder quelque chose. En temps de guerre, comme en temps de paix, la liberté s'exerce sous la responsabilité de l'écrivain. En dehors de cette règle, il n'y a qu'arbitraire, anarchie* ».

Les attentats sanglants qui ont marqué 2015 ont conduit, entre autres, à une demande de sécurité. L'article 2 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen met la « sûreté » au même plan que la liberté<sup>3</sup>. L'articulation entre sécurité et liberté fait donc l'objet d'une tension permanente, dont les médias et les journalistes peuvent parfois s'alarmer. Ainsi la loi du 13 novembre 2014 a soustrait les délits d'apologie du terrorisme et d'incitation au terrorisme de la loi du 29 juillet 1881 pour les rattacher au code pénal.

Depuis le 3 octobre 2015, date d'entrée en vigueur de la loi sur le renseignement (promulguée le 24 juillet de la même année), un journaliste peut être écouté, lu, enregistré et l'ensemble de ses données stockées et/ou cédées à un autre service de renseignements sans limite de périmètre, ni dans l'espace, ni dans le temps. Il peut être géo-localisé pour ce faire, ainsi que son entourage et ses sources. Tout cela sans qu'il le sache et sans recours puisque le juge judiciaire a été écarté de son droit d'enquête et de contrôle. Il devient donc impossible de garantir la confidentialité des sources. L'Association de la presse judiciaire, le barreau de Paris et le Syndicat national des journalistes (SNJ), ont déposé un recours devant la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) pour violation de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.

---

<sup>3</sup> « *Le but de toute association politique est la conservation des droits naturels et imprescriptibles de l'Homme. Ces droits sont la liberté, la propriété, la sûreté, et la résistance à l'oppression* ».

En effet, la Cour européenne considère la protection de la confidentialité des sources comme la «  *pierre angulaire*  » du journalisme (Arrêt Goodwin c. Royaume Uni, 27 mars 1996) puisque «  *l'absence de cette protection dissuaderait le plus grand nombre de sources valables possédant des informations d'intérêt général de se confier à des journalistes*  ». Le Conseil de l'Europe a invité, en mars 2000, les États membres à renforcer cette confidentialité, la considérant «  *essentielle à la démocratie*  ». Quant à la loi sur le secret des sources des journalistes, malgré diverses promesses et divers projets ou propositions de loi<sup>4</sup>, c'est toujours celle du 4 janvier 2010 qui est en vigueur en France, avec ses qualités et ses défauts.

La loi du 3 avril 1955 sur l'état d'urgence a été réactivée et prorogée. Si le gouvernement a renoncé à maintenir dans la loi prolongeant l'état d'urgence la disposition prévoyant un contrôle de la presse et de la radio par les préfets et/ou le ministre de l'intérieur, 21 députés socialistes et apparentés ont déposé un amendement pour son rétablissement, qui a été rejeté.

La presse n'a jamais refusé de collaborer avec les services de sécurité, pour peu qu'on lui en explique l'objet : attentat, enlèvement, pédophilie, enquête en cours, etc. Ainsi, à la demande expresse des autorités, Mediapart a accepté de différer la publication d'un article afin de ne pas prendre le risque de compromettre des investigations en cours dans le cadre des attentats de Paris. Après avoir été retenu pendant plusieurs jours, cet article, qui pose des questions légitimes sur la lutte antiterroriste, a été publié le 22 novembre 2015.

Un projet de loi «  *renforçant la lutte contre le crime organisé, le terrorisme et leur financement, et améliorant l'efficacité et les garanties de la procédure pénale*  » a été présenté début février 2016 en conseil des ministres<sup>5</sup>. Pour le moment, il ne semble pas concerner directement les médias ou les journalistes. Mais il faudra être vigilant lors de la discussion parlementaire.

Le groupe socialiste, républicain et citoyen de l'Assemblée nationale a déposé le 2 février 2016 une proposition de loi «  *visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias*  »<sup>6</sup>. Si le but est louable, l'ODI, en l'état actuel des débats, souligne les risques de censure ou d'intervention dans les contenus de la part du CSA et d'autocensure par l'intermédiaire des PDG du service public nommés par le CSA et des actionnaires des sociétés privées qui veulent conserver leur concession d'émission. En outre, cette proposition de loi segmente la profession de journaliste et ignore la convergence des médias en ne fixant un cadre relatif à l'honnêteté de l'information que pour l'audiovisuel.

La directive européenne sur le secret des affaires, encore à l'état de projet, voudrait restreindre le droit des journalistes, des syndicalistes et des lanceurs d'alerte à informer sur les entreprises. La Fédération Européenne des Journalistes (FEJ) et d'autres organisations professionnelles ont lancé une contre-offensive avec un lobbying pressant auprès des rapporteurs de ce projet. L'apport de la pétition lancée entre autres par Elise Lucet, responsable de « Cash Investigation », qui a recueilli près de 450 000 signatures auprès du grand public est important. Pour le moment, des amendements significatifs ont été obtenus et le projet est retardé. Mais rien de définitif n'est encore acquis. Des

---

<sup>4</sup> Voir notamment la proposition déposée le 8 juillet 2015 par des députés de plusieurs partis : <http://www.assemblee-nationale.fr/14/propositions/pion2958.asp>

<sup>5</sup> <http://www.assemblee-nationale.fr/14/projets/pl3473.asp>

<sup>6</sup> <http://www.assemblee-nationale.fr/14/propositions/pion3465.asp>



inquiétudes demeurent sur le risque d'autocensure lié au concept de secret des affaires qui reste flou et sur les restrictions à la protection des lanceurs d'alerte. Un article de la « loi Macron » adoptée le 19 février 2015 prévoyait l'extension du « secret des affaires » et menaçait le travail d'enquête des journalistes ; il a été retiré.

### **1.3. La déontologie de l'information**

S'il n'y a pas de déontologie de l'information sans liberté, la déontologie requiert la responsabilité individuelle et collective des journalistes et des rédactions. Les médias doivent être libres, d'abord, mais ils doivent aussi être responsables. L'année 2015 a posé de graves questions sur le traitement de l'information par les médias. Les réponses apportées n'ont pas toujours été à la hauteur des enjeux.

L'ODI reprend ici une partie de l'analyse qu'il avait faite pour les Assises internationales du journalisme et de l'information du 13 mars 2015<sup>7</sup>.

La couverture des événements a suscité de nombreuses questions dans les médias et sur les médias, sans qu'on puisse mécaniquement conclure à des fautes déontologiques. La plupart de ces questions concernent la couverture en direct de tels événements. Le direct n'est pas une nouveauté pour les médias audiovisuels : il existe depuis les années 1930 à la radio, et à la télévision au moins depuis le couronnement de la reine Elisabeth II en 1953. La nouveauté réside dans deux aspects : d'abord la généralisation du direct à de très nombreux médias audiovisuels, mais aussi numériques ; ensuite le caractère totalement imprévisible de tels événements à la différence de ceux dont le déroulement est connu à l'avance (directs sportifs, cérémonies, etc.) et auxquels les rédactions peuvent se préparer.

En janvier 2015, la situation était exceptionnelle : un attentat ciblé contre un journal avec la volonté de détruire la rédaction et le journal, suivi par une autre action dirigée contre un magasin identifié comme juif. En outre, même si elle a pu être comparée aux attentats de New York, de Madrid et de Londres, cette situation était une première dans l'histoire des médias en France, parce qu'elle a touché directement la presse. L'ensemble de la séquence a été rapide : du premier attentat à la mort des trois criminels, elle a duré 55 heures. Elle a été particulièrement violente et dramatique. La dramaturgie a certes été mise en place par les médias, mais aussi par les pouvoirs publics et par les assassins eux-mêmes.

Confrontés à une attente du public, en France et à l'étranger, qui voulait être informé de l'évolution de la situation, les journalistes, comme les forces de l'ordre, ont été conduits à une « expérimentation » à flux tendu et à une adaptation rapide de leurs processus de reportage et d'enquête pour couvrir les événements.

A certains moments on a approché l'emballement, le public a parfois eu l'impression d'être embarqué dans une série TV scénarisée ; des journalistes ont fait montre d'une certaine fascination pour l'événement dont ils rendaient compte. En bref, un certain manque de distance par rapport au sujet et par rapport aux attentes du public ; mais ce manque de distance s'explique aussi par

---

<sup>7</sup> <http://www.odi.media/wp-content/uploads/2015/03/ODI-Rapport-sur-les-%C3%A9v%C3%A9nements-de-janvier-2015.pdf>

l'exceptionnelle tension du moment. Enfin, il était inconcevable que l'ensemble des médias fasse l'impasse sur cette séquence.

### **La question des sources et des révélations**

La question de la relation des journalistes avec leurs sources est toujours délicate et ne cesse de soulever des problèmes déontologiques. Elle s'est posée avec plus d'acuité encore lors de ces événements tragiques dont il a fallu rendre compte dans l'urgence et dans l'émotion, sous la pression d'un public dont les médias se disputent l'attention et qui exige d'être informé minute par minute. Une situation difficilement compatible avec les règles professionnelles concernant les sources. Certaines chaînes et des sites de journaux ont choisi de faire de l'information continue et à grande vitesse avec le risque de ne pas vérifier ni recouper leurs sources, faute de temps.

Les principales questions tournent autour des informations données par les forces de l'ordre et par la justice, celles fournies par les terroristes et celles divulguées sur les réseaux sociaux.

Il est normal et nécessaire que les journalistes aient des relations suivies avec les forces de l'ordre et avec la justice. Toutefois, chaque journaliste doit conserver une distance avec les informations qu'il reçoit et avec les informateurs qui les délivrent. En effet on ne peut exclure que les informateurs aient intérêt à orienter leurs correspondants en transmettant des faits ou des images à un moment choisi par eux, ou à mettre en avant des informations dans une perspective qui leur est propre.

La reprise de pseudo-informations circulant sur les réseaux sociaux a été aussi à l'origine d'inexactitudes. Le manque de recoupement et de recul aurait pu avoir des conséquences graves. Les sources, y compris officielles, n'ont pas toujours été assez interrogées ni soumises à examen critique. La révélation par un tweet, émanant d'un personnage contesté, de l'identité des frères Kouachi et de Mourad H., victime collatérale, en est l'un des exemples. Un avis de recherche interne de la police fuite, dans une approche plus militante que journalistique, sur le compte twitter d'un « expert » contesté ; la reprise de cette « rumeur » par le site d'un hebdomadaire a levé les préventions de plusieurs télévisions qui hésitaient à rendre publics les noms cités dans ce document : l'une des trois personnes n'avait rien à voir avec les faits. Des suites judiciaires sont en cours.

Plus délicate est la question des « terroristes » informateurs des médias. On ne peut reprocher au journaliste d'une chaîne d'information en continu d'avoir réussi à joindre l'un des frères Kouachi retranché dans l'imprimerie. A Vincennes, c'est le terroriste lui-même qui téléphone à la chaîne pour lui demander de jouer les intermédiaires avec la police afin de négocier. Ces documents n'ont pas été diffusés à chaud. Le gouvernement a été prévenu et des extraits de l'interview ont été communiqués au public après l'assaut final.

La mention de personnes cachées à l'imprimerie de Dammartin et dans la chambre froide de l'Hyper Cacher a posé problème. Il était responsable de ne pas diffuser ces informations avant la fin des événements ; cependant un journaliste l'a fait. Il a depuis reconnu sa faute. De même quand un élu lâche l'information confidentielle, que certains médias tentent ensuite, en vain heureusement, de la lui faire répéter. Les otages ont retiré leur plainte en échange d'excuses, du versement de 60 000 euros au Fonds social juif unifié pour le soutien aux victimes du terrorisme et de la promulgation, par la chaîne d'information en continu concernée, d'une charte qui prévoit explicitement qu'en cas de prise d'otages ou d'enlèvement, la chaîne « *veille à prendre toutes les dispositions nécessaires pour ne pas mettre en danger la vie des otages, des personnes victimes d'enlèvements ou d'attentats, à*

*respecter leur intégrité et la sensibilité de leurs proches* ». En outre, la chaîne « *peut être amenée, le cas échéant, à dialoguer avec les services de sécurité à ce sujet* ».

#### **1.4. Le CSA et l'ODI**

A la suite des attentats de janvier 2015, le CSA a publié le jeudi 12 février 2015 un communiqué sur « *le traitement des attentats par les télévisions et radios* »<sup>8</sup>. Le 13 février 2015, l'ODI a publié son propre communiqué<sup>9</sup>.

« L'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) tient à souligner les points suivants :

« Il ne saurait y avoir une approche d'exception au nom de l'antiterrorisme et de la préservation de l'ordre public. Le maintien de l'ordre républicain ne saurait se faire au prix de l'abandon des valeurs de la République et de la démocratie. La liberté d'expression et le droit du public à être informé sont consubstantiels à la démocratie et à toute république démocratique.

« Les journalistes ne sont pas des auxiliaires de l'action publique. Tenter de les réduire à ce rôle serait attentatoire aux libertés fondamentales, pousserait à la censure et à l'autocensure, conduirait à faire le silence sur des informations d'intérêt public comme, par exemple, l'action des forces de l'ordre, des projets de réforme ou des négociations en cours.

« L'ODI souligne que, même si tout n'est pas parfait dans la couverture médiatique, les questions liées aux pratiques professionnelles des journalistes ne peuvent être traitées que dans un organisme indépendant. A ce titre, l'ODI rappelle qu'il est une association tripartite regroupant des journalistes professionnels (associations et syndicats), des entreprises et syndicats d'entreprises de médias, des associations représentant le public, dont le but est l'observation et la réflexion sur la déontologie du journalisme ».

La situation fut différente lors des attentats du 13 novembre 2015. D'une part, la séquence terroriste a été brève, quelques heures au lieu de trois jours en janvier ; d'autre part, les forces de l'ordre, qui ont tiré les leçons des bousculades de janvier, ont bouclé les scènes de crime et de siège, de manière à en éloigner les caméras ; enfin les médias dans leur ensemble, qui s'étaient aussi penchés sur la couverture médiatique de janvier, ont exercé une vigilance accrue.

C'est dans ce contexte que, le 14 novembre 2015, le CSA publie un communiqué préventif de mise en garde des rédactions<sup>10</sup>. Le 25 novembre 2015, il publie un autre communiqué, dans lequel, il constate « *avec satisfaction qu'il n'avait pas relevé d'autre manquement dans l'exercice de la responsabilité éditoriale des télévisions et des radios* »<sup>11</sup>.

L'ODI ne peut que s'interroger sur ces deux communiqués. Le CSA peut-il, doit-il, se considérer comme le gendarme ou le censeur des médias audiovisuels ? Plusieurs objections vont à l'encontre de cette vision. D'une part, le CSA a autorité sur les télévisions et les radios, mais pas sur la presse,

---

<sup>8</sup> <http://www.csa.fr/Espace-Presses/Communiqués-de-presses/Traitement-des-attentats-par-les-télévisions-et-les-radios-le-Conseil-rend-ses-décisions>

<sup>9</sup> <http://www.odi.media/communiqué-sur-le-traitement-des-attentats-par-les-télévisions-et-les-radios/>

<sup>10</sup> <http://www.csa.fr/Espace-Presses/Communiqués-de-presses/Note-aux-redactions-du-Conseil-supérieur-de-l-audiovisuel>

<sup>11</sup> <http://www.csa.fr/Espace-Presses/Communiqués-de-presses/Traitement-par-les-médias-audiovisuels-des-attentats-de-Paris-et-de-Saint-Denis>

les agences et les médias numériques ; or, l'information emprunte tous les canaux, c'est un tout qui forme système. D'autant plus à l'heure de la convergence numérique, qui voit les frontières entre les supports disparaître. D'autre part, le CSA est une instance administrative, dont les membres sont nommés par le pouvoir politique, dont les crédits de fonctionnement sont votés par le Parlement et dont le rôle principal est la régulation économique du marché de l'audiovisuel. Le CSA tente d'occuper le terrain de la déontologie dans le seul domaine audiovisuel. Mais c'est une tâche qui doit être accomplie par une instance d'autorégulation, indépendante, nationale, représentative et tripartite (journalistes, entreprises, publics).

Pour sa part, l'ODI fonctionne sur cette base ; il est organisé en groupes de travail thématiques qui se prononcent à partir d'un certain nombre de cas significatifs observés dans l'année. Ce rapport en rend compte pour la troisième édition.

## 1.5. Temps de parole

Les textes déontologiques du journalisme affirment en substance le droit du public à « *connaître les faits et les opinions* », grâce à une information décrite notamment comme « *complète* » et « *pluraliste* ». Cette obligation éthique est particulièrement forte en période électorale. Toutefois, en France, elle revêt des particularismes en ce qui concerne l'audiovisuel.

L'organisation du temps de parole à la télévision et à la radio obéit à des règles accumulées depuis cinquante ans. Celles-ci rendent cette organisation essentielle à l'accompagnement de la vie démocratique, de plus en plus illisible et contre-productive.

Jusqu'en 1965, l'audiovisuel public est considéré comme un outil de propagande gouvernementale. Toutefois en 1965, la première élection présidentielle au suffrage universel direct conduit le Conseil constitutionnel à intervenir pour organiser une campagne officielle de deux semaines avant chaque tour. En dehors des campagnes électorales, l'ORTF reste soumise au ministre de l'Information. Il faut attendre le départ du général de Gaulle pour que, le 12 novembre 1969, le Conseil d'administration de l'ORTF émette une directive, qui impose pour le temps de parole politique hors campagnes la règle des trois tiers (gouvernement, majorité, opposition, le président de la République étant hors champ) ; cette règle est reprise et confirmée par les trois institutions de régulation de l'audiovisuel qui se sont succédé, la HACA, la CNCL et le CSA.

La multiplication des chaînes privées qui échappent aux directives officielles et les multiples recours devant le Conseil d'Etat conduisent à une évolution de la réglementation. En 2000, une directive du CSA permet l'intégration des partis non représentés au Parlement : c'est le « principe de référence » (30% pour les trois reconnus précédemment, gouvernement, majorité, opposition, et 10% pour les partis non-représentés). En 2006, les partis représentés au Parlement mais qui ne se reconnaissent ni dans la majorité ni dans l'opposition, sont intégrés au principe de référence. Le 21 juillet 2009, le CSA adopte le « principe de pluralisme » qui intègre le temps de parole du président de la République, lorsque son contenu et son contexte relèvent du débat politique national. Le 4 janvier 2011, nouvelle directive du CSA : le temps de parole correspond à la diffusion de toutes les interventions d'un candidat ou de ses soutiens ; le temps d'antenne recouvre, d'une part, le temps de parole et, d'autre part, l'ensemble des éléments éditoriaux consacrés à un candidat ou à ses soutiens. Le principe d'équité implique que les services de télévision allouent aux candidats (ou aux partis politiques) et à leurs soutiens des temps de parole ou d'antenne en tenant compte de leur représentativité et de leur implication effective dans la campagne. Le principe d'égalité constitue une spécificité de la

campagne présidentielle. Il résulte directement des textes législatifs et réglementaires relatifs à l'élection du Président de la République (décret n° 2001-213 du 8 mars 2001) qui prévoient une stricte égalité entre les candidats à compter du début de la campagne officielle.

Cette arithmétique institutionnelle et médiatique, ici résumée à grands traits, entraîne des effets pervers. La garantie d'un temps d'antenne conduit à la multiplication des candidatures marginales aux élections présidentielles (9 candidats en 1988 et 1995, 10 en 1981 et 2012, 12 en 1974 et 2007, 16 en 2002), qui souhaitent profiter de l'aubaine d'une publicité politique. Et ce d'autant plus que les très nombreux candidats potentiels profitent aussi de cet effet d'aubaine avant la campagne officielle. Ces candidatures multiples constituent un véritable casse-tête pour les rédactions, qui ne savent comment les programmer tout en observant les règles<sup>12</sup>. C'est ainsi que, pour échapper aux calculs et aux remontrances, certaines chaînes ont décidé de ne plus programmer de débats politiques, ce qui ne peut qu'appauvrir la vie démocratique. En outre, certaines questions restent pendantes, notamment celle de la comptabilisation d'un temps d'audience selon les chaînes et les heures de diffusion, ou encore la prise en compte du conjoint, compagnon ou compagne du président de la République. Enfin, la présidente du Front national, qui s'estime « mal traitée » par les chaînes, commence à réclamer une comptabilité à double entrée, favorable et défavorable. Toutes ces mesures s'appliquent différemment selon les élections et les territoires (Corse et Outre-mer) et selon un calendrier dont la rigidité a été démontrée lors des élections départementales et surtout lors des régionales de 2015 : les attentats du 13 novembre ont conduit le CSA à admettre que les règles ne soient pas respectées<sup>13</sup>.

Le CSA cherche à faire évoluer la législation dont il n'est pas maître mais qu'il est tenu d'appliquer. Le 8 septembre 2014, il « s'interroge notamment, à l'heure de la multiplication des sources d'information, sur la pertinence de la coexistence d'un secteur audiovisuel assujéti à des règles strictes sous le contrôle du régulateur et les secteurs peu régulés de la presse écrite et d'internet dont les contraintes en la matière sont incomparablement plus souples. Dans cette perspective, deux options peuvent être envisagées :

*« La première considérant que les services de radio et de télévision conservent un impact particulier sur la formation de l'opinion des électeurs et sur la détermination de leur vote qui nécessite un régime juridique spécifique ;*

*« La seconde considérant que les strictes contraintes législatives et réglementaires qui pèsent sur la radio et la télévision constituent un frein à la libre discussion qui devrait prévaloir dans un espace*

---

<sup>12</sup> Voir la tribune « Les règles du CSA sont inapplicables », publiée dans *Le Monde* du 14 mars 2012 par les médiateurs de presse de *La Dépêche du Midi*, Radio France, RFI, *Le Monde*, France Télévisions, *Sud-Ouest*, TF1, *La Nouvelle République du Centre-Ouest*. [http://lemonde.fr/idees/article/2012/03/13/les-regles-du-csa-sont-inapplicables\\_1666952\\_3232.html](http://lemonde.fr/idees/article/2012/03/13/les-regles-du-csa-sont-inapplicables_1666952_3232.html)

<sup>13</sup> Communiqué du 25 novembre 2015 : « Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a établi le bilan des temps de parole relatifs à la campagne en vue des élections régionales pour la période du 26 octobre au 20 novembre. Il constate qu'en raison des tragiques événements survenus le 13 novembre, le traitement de la campagne électorale n'a pu donner lieu qu'à de très faibles évolutions des temps d'expression des candidats par rapport au bilan précédent. Ainsi, les déséquilibres constatés la semaine dernière n'ont pu être corrigés » <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/Le-pluralisme-politique-et-les-campagnes-electorales/Traitement-de-la-campagne-des-elections-regionales-par-les-televisions-et-les-radios2>

démocratique, et qu'elles introduisent une inégalité de traitement entre les modes de communication, ainsi qu'une inégalité entre les citoyens dans l'accès à l'information.

« Dans la première hypothèse, le maintien du dispositif actuel conserverait toute sa légitimité s'il protégeait effectivement les électeurs de toute influence extérieure. Force est de constater un écart grandissant entre la volonté du législateur de garantir la sincérité du scrutin en sanctuarisant l'exercice du droit de vote et l'évolution des techniques et de leurs usages.

« Dans la seconde hypothèse, la reconnaissance que les électeurs sont en mesure, dans une démocratie développée, d'exercer leur libre-arbitre en toute circonstance doit conduire à réévaluer la validité des limites apportées à la liberté de communication. Au demeurant, dans la mesure où les médias audiovisuels resteraient soumis, sous le contrôle du régulateur, à une logique de pluralisme interne, cette évolution ne les exonérerait pas de leurs responsabilités »<sup>14</sup>.

Toutes les études comparatives montrent que cette réglementation est une particularité française, qui aboutit à la négation de la liberté éditoriale, alors que la plupart des pays démocratiques laissent une plus grande liberté aux rédactions, du moment qu'elles respectent les principes de pluralisme et d'équité.

---

<sup>14</sup> « La régulation des médias audiovisuels lors des trois campagnes électorales du premier semestre 2014 éléments de propositions ». <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/Le-pluralisme-politique-et-les-campagnes-electorales/La-regulation-des-medias-audiovisuels-lors-des-trois-campagnes-electorales-du-premier-semestre-2014-elements-de-propositions>

## 2. Exactitude et véracité

Quand les informations arrivent en permanence de toute part, les médias professionnels d'information offrent *a priori* une garantie de sérieux. Ce qu'ils répercutent bénéficie d'une présomption d'exactitude et de véracité. Mais nul n'est à l'abri de l'erreur, et le rythme frénétique de l'information conduit à des imprudences d'autant plus préjudiciables que le système viral fait désormais que l'erreur de l'un peut devenir facilement l'erreur de plusieurs.

### 2.1. Erreurs passives & Fautes d'ignorance

Il y a les « petites » inexactitudes, orthographiques et grammaticales, mais aussi géographiques et historiques. Un seul exemple des premières : pas moins de neuf médias ont publié, comme l'avait fait un rédacteur malheureux de l'AFP qu'une décision chinoise « *fait crainte [sic] une mainmise accrue de Pékin sur la presse de Hong Kong* » (décembre 2014).

Il y a les lapsus qui rendent incompréhensible le propos, comme l'emploi de « *la fin du processus démocratique* » pour « *la fin du processus diplomatique* » dans un commentaire sur les négociations UE-Russie à propos de l'Ukraine (février 2015), ou la confusion entre budget et PIB dans un éditorial télévisé où il est affirmé que « *les dépenses représentent 55,1% du budget* » alors que c'est du PIB que l'éditorialiste veut parler (octobre 2015).

Il y a des erreurs qui révèlent des ignorances, parfois amusantes, qui confondent un château Renaissance et un moraliste du XVIIIe siècle dans un article décrivant la bibliothèque d'un collectionneur mise aux enchères dans laquelle se trouvent « les maximes de Chambord » [Il fallait lire Chamfort] (février 2015).

Si l'ignorance n'est pas toujours condamnable, l'amalgame à partir de quelques vagues notions de géographie ou d'histoire l'est davantage. Au royaume des idées simples et des invités passe-partout, il faut aussi vérifier ce qu'on dit et savoir à qui on s'adresse. Ainsi sur une radio à propos d'un événement culturel breton, la phrase « *on y verra des bigoudènes par dizaines, celles de Pont Aven* » est une inexactitude vénielle mais qui a du agacer les Bretons à l'écoute (décembre 2014). Ainsi ce jeune journaliste d'une chaîne de télévision, qui demande à Daniel Cohn-Bendit s'il est ému le jour de l'accord historique USA/Cuba. En insistant : « *Pourtant ils vous ont quand même fait rêver, ces barbudos !* » Comme si le castrisme avait été l'inspiration du leader de mai 68 (décembre 2014).

L'utilisation d'un dictionnaire sans un minimum de connaissance peut aussi conduire à des contresens : la lettre quotidienne d'un quotidien national proposait en juin 2015 des liens vers des articles à l'occasion des 800 ans de la Magna Carta britannique, avec cette mention « *Hier, c'est aussi... la pinte de bière britannique qui a célébré ses 800 ans. "Qu'il y ait dans tout notre royaume une seule mesure pour le vin et une seule mesure pour la bière et une seule mesure pour le maïs", instituait l'article 35 de la Magna Carta* ». Or le maïs est arrivé en Europe après la découverte de l'Amérique en 1492 et la Magna Carta date de 1215. Le texte original parle de « corn » dans sa version anglaise, qui veut dire « blé » en anglais et « maïs » en anglais des USA. Écrit ou traduit trop vite.

### 2.2. Illustrations erronées

L'accès instantané à des banques d'images n'interdit pas la rigueur. Le chanteur Carlos dont la photo dans un hebdomadaire de télévision illustre l'annonce d'une émission n'est pas le personnage auquel



est consacré ce documentaire, Ilich Ramirez Sanchez dit Carlos (novembre 2014). Le PDG de la RATP n'est pas celui, homonyme, qui illustre l'article d'un quotidien sur son éventuel passage à GDF (mars 2015). L'ancien maire jugé pour détournement de fonds en avril 2015 n'est pas le député du même parti dont la photo est publiée sur le site d'un hebdomadaire. Un quotidien qui confond l'Institut de biologie physico-chimique et l'Institut de chimie physique pour illustrer un projet de musée (janvier 2015), une carte du Brésil à la télévision qui inverse l'emplacement de Sao Paulo et celui de Brasilia (juin 2015), ailleurs une photo de Genève prise pour une vue de Bâle (mai 2015), passent encore. Mais sont plus problématiques une analyse géopolitique illustrée par une carte où on confond les pays africains entre eux (décembre 2015), une vidéo sur l'écroulement d'un immeuble au Caire illustrant une brève sur un tremblement de terre au Népal - la chaîne concernée s'est ensuite excusée de cette erreur - (avril 2015). Pire, celle d'un humoriste informant ses proches sur Facebook qu'il change de vie et ne paiera pas ses dettes présentée comme un message de l'auteur d'une attaque de trois policiers à Joué Les Tours (décembre 2014), cela ne passe plus. De même la photo reprise sur Facebook d'un cuisinier quasi homonyme du copilote suicidaire de la compagnie *Germanwings* a été mise en « une » d'un quotidien régional et diffusée quelques instants sur une chaîne de télévision, qui s'en est excusé quelques jours plus tard (mars 2015).

Gare aux photos qui circulent sur les réseaux sociaux. Ainsi, la photo d'une avalanche balayant un camp d'alpinistes lors du tremblement de terre dans le Népal reprise de Twitter par plusieurs sites de presse date de 2008 et a déjà illustré d'autres accidents ou catastrophes (avril 2015). Une image de deux enfants hmongs simplement effrayés en 2007 par la présence du photographe a depuis beaucoup circulé et illustré quelques articles sur des drames au Tibet, en Syrie, et au Népal l'année dernière encore. Lors des attentats du 13 novembre 2015, les médias ont été plus prudents, et la photo d'une prétendue manifestation de solidarité en Allemagne est restée sur Twitter... à l'inverse de celle de l'Empire State Building illuminé en bleu-bleu-rouge vue sur des télévisions mais qui datait de janvier 2015.

### **2.3. Canulars repris**

Aller vite ne doit pas empêcher de vérifier. Et les rédactions ont parfois tort de se gausser d'élu(e)s qui prennent des vessies pour des lanternes, comme cette sénatrice s'indignant sur Twitter d'une énormité sur les musulmans et l'avortement prêtée à une candidate aux élections régionales, mais inventée de toute pièce par un site parodique (décembre 2015) : les journalistes aussi se font piéger. Un quotidien gratuit tout heureux d'un « bon » sujet a mis en ligne un « reportage » sur un projet de tramway à deux étages révélé par un quotidien régional. Las, c'était le 1er avril 2015... Il existe des sites spécialisés dans l'information dite insolite, dont les rédacteurs ne sont pas très regardants sur les faits quand ils ne débordent pas d'imagination. Les médias les plus sérieux devraient vérifier à deux fois avant de reprendre, comme un quotidien régional, l'histoire des accidents de la route provoqués par une jeune fille bronzant sur son balcon, ou, comme un gratuit à grand tirage, celle d'une chanson de Justin Bieber qui aurait fait fuir un ours qui s'attaquait à un campeur. Ces histoires ont la peau dure, et réapparaissent périodiquement. Ainsi l'étude « scientifique » selon laquelle regarder les seins de femmes serait bon pour la santé des hommes. Cela faisait trois jours qu'un site pour hommes avait repris ce sujet qui traîne sur le Net depuis des années et dont le caractère bidon a été redémontré quand la rédaction internet d'un quotidien régional l'a mis en ligne sur son site... avant de le retirer après s'être fait épingler sur les réseaux sociaux (septembre 2014).



Les canulars sont aussi intéressés. Plusieurs sites français d'information ont relayé les images d'une bagarre entre un client indélicat et une serveuse de bar en Russie, qui n'était qu'un sketch publicitaire du bar en question ; un seul de ces sites a publié le rectificatif en se félicitant que l'imposture ait été démontée par un autre site qui lui n'avait pas publié la vidéo (juin 2015). Pas moins de quatre « grands » médias ont repris en avril 2015 sur leur site la vidéo d'un joyeux touriste faisant danser les passagers du métro parisien. Extase éditoriale sur la convivialité et clics en masse assurés. Las, il s'agissait d'un film publicitaire pour un site de partage de musique en ligne : un visionnage attentif permet de déceler plusieurs incohérences et le logo du site musical apparaît sur le t-shirt du gentil animateur et à la fin du film.

Le contenu de sites parodiques est pris régulièrement pour argent comptant. Un quotidien régional recopie l'histoire du footballeur qui confond des perles de savons avec des bonbons (juillet 2015). Plus grave, les propos - inventés par un site parodique - de l'émir du Qatar refusant que son pays accueille des réfugiés syriens parce qu'il « *a assez d'esclaves comme ça* » ont circulé sur les réseaux sociaux, repris par des sites militants qui se veulent professionnels ; puis des sites de médias reconnaissent que l'information est fautive ; mais ils la laissent en ligne avec un url reposant sur la phrase inventée. Voilà qui la crédibilise à nouveau (septembre 2015).

On peut s'interroger enfin sur la pratique du prêcher le faux pour savoir le vrai appliquée à l'information. Cela s'apparente à la propagation de fausses nouvelles et est contraire aux chartes déontologiques du journalisme. Une société de production a ainsi fabriqué un faux documentaire sur l'origine du sida, dans le but de mesurer la propagation d'une thèse complotiste sur internet (octobre 2015). Même si le faux a été retiré assez vite de la circulation, il suffit de parcourir les commentaires des internautes sur cette « démonstration » pour se rendre compte que la démarche n'a pas contribué à affaiblir les complotistes, et a plutôt renforcé la méfiance envers les journalistes.

## **2.4. Mauvaises identifications**

Les invités des médias ne sont pas toujours dûment identifiés : par exemple un passant qui commente les projets de la ville de Paris sur la circulation alternée se trouve être aussi le conseiller de la présidente du Front national (mars 2015) ; ou encore un professeur de médecine qui réagit avec virulence aux propos du Premier ministre, sans qu'il soit précisé qu'il est aussi maire d'opposition (novembre 2015). Autre identification incomplète, celle qui n'indique pas que le rédacteur d'un compte rendu d'ouvrage a des liens personnels ou professionnels avec l'auteur (février 2015).

Après la mort d'un jeune homme devant le barrage de Sivens à l'automne 2014, beaucoup de témoins n'ont pas été identifiés par les médias. Ce souci de protection des sources s'est parfois doublé d'un silence sur l'implication de tel ou tel, quand par exemple une femme est présentée à la télévision comme une agricultrice bio favorable au barrage sans préciser qu'elle est une élue locale et qu'elle a des responsabilités dans une association qui milite dans ce sens.

En période électorale, l'exigence d'identification est forte : les électeurs doivent savoir qui sont les candidats qui sollicitent leurs suffrages. Lors des élections départementales, retracer le parcours de certains candidats dans un département du centre de la France a parfois été un travail de moine pour repérer les véritables sensibilités politiques cachées sous des formules officielles comme « majorité départementale » ou « Union des républicains du Bourbonnais ».

Le « casting » des particuliers choisis pour illustrer des thématiques générales est souvent sujet à caution. Un cadre commercial d'une compagnie d'assurance ne saurait être appelé à témoigner comme un Français simplement souscripteur d'une assurance vie (août 2015). Laisser à un tiers cette sélection a conduit plusieurs JT à être piégés par une société de location entre particuliers, qui demandait régulièrement à ses employés de jouer les clients devant la caméra (décembre 2014 et juin 2015). Il y a aussi les collaborateurs de la chaîne ou les amis qu'on met à contribution. Ce qui a conduit par exemple un jour de rentrée scolaire une chaîne d'information continue à faire des directs depuis le domicile d'une famille contactée la veille par internet, jusqu'à ce que le « gamin » qui se levait pour partir à l'école s'avère être grand et barbu, chroniqueur humoristique d'une chaîne concurrente de son état ! (septembre 2015).

La crainte du blanc à l'antenne a conduit parfois des médias audiovisuels à solliciter à l'avance des appels présentés ensuite comme spontanés dans les émissions interactives. Passe encore si ces incitations puisent dans le stock de courriels de particuliers réellement reçus auparavant sur le sujet du jour. Mais c'est une tromperie quand le média suscite sans le dire l'intervention d'acteurs - associatifs, syndicalistes, élus locaux, etc. - dans le seul but d'étayer les échanges anonymes à l'antenne : en outre, la discussion entre citoyens vire alors au débat entre spécialistes du sujet (septembre 2015). Le même souci d'avoir absolument un invité en urgence peut piéger une rédaction et tromper son public. Ce sont des « experts » dont la principale vertu est d'être disponibles pour passer en direct mais dont les compétences ou l'expérience sont parfois limitées, quand ils ne sont pas au service d'un lobby rémunérant directement ou indirectement leurs prestations et travail d'influence. C'est, faute d'identification rigoureuse sur ses antécédents et dans l'urgence de mettre quelqu'un à l'antenne, un homme se proclamant représentant des musulmans de Corse invité sur un plateau de télévision alors que personne sur l'île ne le reconnaît comme tel (décembre 2015).

## 2.5. Titre et contenu différents

Le titre est essentiel pour intéresser l'audience. Encore doit-il refléter correctement le contenu de ce qu'il annonce. Les nouvelles technologies multiplient les occasions d'écart entre les deux. Car c'est le titre qui fait les remontées sur les moteurs de recherche et incite à relayer un article. Qui aura envie en effet d'adresser aux membres de son réseau social une info qui n'est pas sûre, qui donc ne peut réellement susciter l'indignation, la sympathie, la colère ? Bref qui s'adresse à l'intelligence plus qu'aux émotions et qui oblige à prendre du temps pour se faire une opinion. Donc les titres bannissent les conditionnels, au détriment de l'exactitude.

En septembre 2015, plusieurs médias affirment qu'un canot de migrants syriens a été coulé par des garde-côtes grecs. Une vidéo montre bien des migrants dans l'eau et un bateau de garde-côtes s'éloigner. Mais on ne voit pas le moment supposé où les Grecs auraient crevé la coque du canot des migrants. Dans le traitement de l'info, une majorité de médias s'interrogent. Les garde-côtes ont-ils coulé l'embarcation ? Mais quelques titres ne s'embarrassent pas de la question, dont plusieurs quotidiens régionaux qui sont affirmatifs : « *Des garde-côtes coulent un bateau de migrants...* ».

Autre exemple quelques mois plus tard, quand le lien possible entre la consommation de viande rouge et le développement du cancer fait actualité : un quotidien est péremptoire dans le titre de sa version papier, nuancé dans sa version électronique, qui s'adresse à un public d'abonnés dont il est moins besoin de provoquer l'acte d'achat du journal (octobre 2015). Les médias audiovisuels n'échappent pas à ce travers : une chaîne de télévision affirme que les États-Unis décident une

mesure contre les firmes multinationales quand le reportage explique qu'il est très probable que le congrès à majorité républicaine bloque ce projet du président Obama (février 2015).

Il est difficile d'informer sérieusement sur certains pays. Toutefois, l'absence de sources conduit à des comportements déontologiquement discutables. Ainsi, plusieurs journaux et sites ont repris en mai 2015 l'histoire d'un dignitaire nord-coréen exécuté d'un tir de canon anti-aérien. La plupart ont titré à l'indicatif, à partir d'une dépêche d'agence dont la lecture laissait de sérieux doutes sur la source, ses motivations, et la réalité même des faits qu'elle rapportait. Seule une radio périphérique a utilisé le conditionnel dès le titre « *un ministre nord-coréen aurait été exécuté au canon anti-aérien* ». Formule qui ne vaut pas validation de l'exactitude de l'information : l'abus du conditionnel permet trop souvent de diffuser des informations peu ou pas vérifiées. Même chose pour un sujet sur une prétendue interdiction de courir faite aux jeunes filles dans une école islamique en Australie : le titre de l'article d'un quotidien national affirme, l'article dit que l'info est en train d'être vérifiée. Comme si le titre n'était fait que pour circuler sur Facebook et Twitter (avril 2015).

## 2.6. Manque de rigueur

Prendre au vol les propos d'un orateur et rédiger un papier sur un site internet dans l'urgence peut conduire à des contresens. Ainsi cet hebdomadaire dont le site écrivait en mars 2015 que Nicolas Sarkozy imaginait « *une cantine avec une table pour les juifs et une autre pour les musulmans* ». Les réseaux sociaux ont immédiatement repris et dénoncé une volonté de ségrégation. En vérité, Nicolas Sarkozy ne souhaitait pas mais redoutait ces tables séparées.

Dans d'autres cas, la recherche de témoin amène à des cascades de sources qui n'en sont pas, comme cette description d'un criminel supposé par une habitante de sa résidence étudiante qui, litan dans un quotidien, « *ne l'a jamais croisé mais a vu une photo montrée aux voisins par la police* » (avril 2015) ou l'interview par tous les médias de « *l'homme qui a vu la femme qui a vu un tigre* » en région parisienne (novembre 2014).

Le texte le plus anodin peut confondre faits et commentaires. Tel présentateur d'un journal télévisé évoquant la Sécurité sociale à l'occasion de ses 70 ans comme quelque chose « *qui a de nombreuses qualités lorsqu'on n'en abuse pas* » précisant que « *dans le cas contraire, comme c'est le cas aujourd'hui, les déficits s'accumulent* » (octobre 2015) ; telle autre disant lors d'une interview que « *les propos de la vérité sont souvent tenus et incarnés par le Front national aujourd'hui, et rarement par le Parti socialiste et les autres partis* » et « *les Français se reconnaissent dans ce discours de vérité qui est tenu par le Front national* » : point de distance prise par rapport à ces affirmations (septembre 2015). De même un éditorialiste très hostile au nouveau gouvernement grec soulignant la présence dans ses rangs d'un ministre néo-nazi, avant de s'excuser à l'antenne de sa méprise : il s'agissait d'un ministre issu d'un parti conservateur (juillet 2005).

## 2.7. Référence à une source unique et défaut de recoupement

Le cas le plus emblématique de ce manque de vérification des sources et de recoupement fut, on s'en souvient, l'annonce par l'Agence France Presse du décès de Martin Bouygues (cf. encadré). Quelques mois plus tôt, une chaîne d'information en continu avait enterré un ancien ministre (décembre 2014), pourtant bien portant plus d'un an après ! Le manque de recoupement a conduit un hebdomadaire à reprocher au responsable d'une instance de contrôle d'avoir poussé à la

suspension des écoutes des frères Kouachi, alors que la décision avait été prise avant sa nomination (avril 2015).

Un seul tweet n'est pas une source. Un quotidien gratuit a repris sur le compte d'une présentatrice d'une chaîne publique russe une soi-disant citation du président Poutine sur sa volonté de renvoyer les terroristes auprès de Dieu. Quelques vérifications, comme l'ont fait plus tard des rubriques dédiées à cette pratique, auraient facilement établi que la phrase twittée était depuis longtemps attribuée à d'autres mais surtout qu'elle était une réplique d'un film célèbre (novembre 2015).

Le jeu des « indiscretions » aboutit à la confusion du lecteur : un « indiscret » révèle une démarche du président du CSA au moment de la fausse annonce du décès de Martin Bouygues, un autre, une semaine plus tard, écrit que celui-ci dément avoir fait cette démarche : on ne saura ainsi jamais si le président lui-même ou quelqu'un de son équipe l'a faite (mars 2015).

Même un hebdomadaire « bien informé » peut rater une vérification et faire dîner en tête-à-tête deux anciens ministres des finances qui ne sont jamais rencontrés. Il publiera la semaine suivante un rectificatif (septembre 2015). Le même avait attribué à une candidate aux régionales des propos racistes qu'elle n'a jamais tenus, et invoquera « *une transcription inexacte et fautive* » qui bouleverse tout le sens d'une phrase pour présenter ses « *excuses, et les plus plates* » à l'intéressée (juillet 2015).

Les exemples sont nombreux de personnes mises en cause sans avoir été auparavant contactées. Même les plus attentifs aux pratiques professionnelles peuvent l'oublier comme l'a montré un échange public entre les journalistes d'un site spécialisé sur l'actualité des médias et une équipe de télévision dont ils avaient critiqué un reportage sans entendre aucun de ses membres (octobre 2014).

Il faut aussi ajouter à ces erreurs de source et de recoupement celles qui sont dues à des sources réputées fiables et recoupées : policiers et gendarmes lors des 48 heures de chasse au tigre en Seine-et-Marne (novembre 2014) ou plusieurs sources proches de l'enquête abusées par les comptes rendus de leur service après l'agression du bâtonnier de Melun donné pour mort à tort par une dépêche (octobre 2015).

### **La fausse mort de Martin Bouygues**

L'affaire Bouygues a pour point de départ une « rumeur » dont on ne connaît pas précisément l'origine. Samedi 28 février 2015, 14 h 28, la dépêche tombe : « *Martin Bouygues est décédé samedi matin dans sa résidence de l'Orne (Mairie)* ». Aussitôt toutes les « applis » de portable se déclenchent, tous les sites d'information, les réseaux sociaux reprennent en chœur. Successivement France Info, Reuters, annoncent la disparition du patron de TF1.

14 h 42 : la dépêche est confirmée et complétée ; le journaliste de permanence ce samedi à Rennes a rapporté les propos du maire : « *Je ne peux que vous confirmer sa mort, a déclaré à l'AFP le maire Michel Julien, qui s'est refusé à préciser les conséquences du décès de l'industriel* ». Ce mot qui pourrait être pris pour un lapsus confirme bien le *quiproquo* : « *Nous regrettons la disparition de Monsieur Martin qui rendait de fiers services à la commune* », avait tenu à souligner le maire de Saint-Denis-sur-Sarthon, commune voisine de la Roche Mabile, (dans laquelle Martin Bouygues n'a jamais eu de propriété). Le maire n'a pas entendu ni jamais prononcé le nom de Bouygues ; le journaliste ne l'a certainement pas entendu non plus. Hélas ! Il y avait un monsieur Martin, décédé le

matin même... Le médecin régulateur du SAMU avait également été joint par le permanencier, qui avait cru bon de persévérer bien qu'il lui ait affirmé qu'il n'y avait nulle trace de Bouygues dans son secteur.

Certes il y a vérification de la rumeur. Mais à l'évidence incomplète. Pour recouper l'information, c'est le service de communication du groupe Bouygues qui est interrogé. C'est un samedi ; nul ne répond. Le porte-parole affirmera avoir rappelé dans la demi-heure. Trop tard : la dépêche était déjà partie. Plusieurs contacts ont bien été pris dans le monde politique et économique : aucun écho, et pour cause. Les recherches n'ont porté que sur le groupe de BTP et non point, curieusement, sur le groupe TF1. Lequel dément, par la voix de Catherine Nayl, directrice générale adjointe, à 14 h 59.

A 15 h 25 l'AFP annule toutes ses dépêches ; à 15 h 47 elle présente ses excuses. Suivies à 16 h 28 par celle du PDG, Emmanuel Hoog.

En deux heures, un coup a été porté à l'image de l'une des trois agences mondiales d'information. Si cette erreur avait été commise en milieu de semaine, on imagine les conséquences en Bourse et le poids, pour l'AFP, de cette responsabilité.

La démission de la directrice de l'information a été refusée. Le directeur de la région France et le rédacteur en chef ont été remplacés. Le permanencier est resté en place.

Cette affaire a conduit l'AFP à une grande enquête interne et à une réflexion collective sur le temps médiatique réduit souvent à l'immédiateté. Le nouveau directeur de la région France a pour mission de tirer toutes les conséquences des dysfonctionnements qui se sont produits ce 28 février et, notamment, d'étudier les procédures d'alerte à suivre dans les circonstances exceptionnelles. « *Il devra travailler, en liaison avec la rédaction en chef centrale, aux moyens de consolider nos règles en matière de sources et de vérification des faits dans un monde de l'information en pleine mutation* ».

Cet « accident », dans lequel se conjuguent une improbable erreur de patronyme et une précipitation évidente, est révélateur de la maladie qui frappe tous les moyens d'information. Mais pour contradictoires qu'elles soient, fiabilité et rapidité sont-elles incompatibles ?

#### **Commentaire de Michèle Léridon, directrice de l'information de l'AFP<sup>15</sup> :**

La diffusion de cette information erronée a suscité un fort émoi tant à l'intérieur de la rédaction de l'AFP qu'à l'extérieur, ce qui souligne a contrario que la crédibilité est la valeur clé de l'AFP et à quel point nos abonnés nous font confiance. Pour comprendre et surtout éviter à l'avenir cet « accident industriel » nous avons procédé à une reconstitution minute par minute des éléments qui y ont conduit. Nous avons identifié une série d'erreurs manifestes, mais aussi de négligences - qui auraient pu être anodines dans un autre contexte mais mises bout à bout ont conduit à cette erreur.

Dès le soir même, j'ai rappelé à l'ensemble de la rédaction - en France et dans le monde - que « *la fiabilité est la valeur numéro un à l'AFP. Elle doit toujours primer sur la rapidité* ». J'ai aussi demandé que l'annonce de la mort d'une personnalité fasse l'objet d'une attention particulière.

---

<sup>15</sup> Dans la mesure où ce cas n'est pas anonyme, l'ODI a considéré qu'il était de son devoir de donner la parole à l'AFP.

Un point qui est souvent peu évoqué : nous avons beaucoup insisté, ce soir-là et les mois qui ont suivi sur la notion de « travail collectif ». C'est essentiel à l'agence et l'on voit que cette dimension a cruellement manqué ce jour-là. Une telle erreur n'aurait pas pu se produire un jour de semaine car il y aurait eu beaucoup plus de journalistes impliqués à la fois dans la recherche de l'information et dans la décision de la diffuser. Ce jour-là, seuls deux journalistes ont pris la décision ensemble de donner cette « alerte », ce qui était nettement insuffisant compte tenu à la fois de la portée de l'information et de la faiblesse de la source.

Outre les mesures individuelles concernant les journalistes impliqués dans cette affaire et leurs supérieurs, une série d'initiatives ont été prises :

La rédaction-en-chef centrale a publié une note rappelant les règles rédactionnelles de base et les principes fondamentaux.

Des mesures ont été prises pour améliorer la formation et l'accompagnement des journalistes nommés à des postes hiérarchiques.

Une charte AFP en dix points, une autre charte des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques ainsi qu'un document spécifique sur les sources ont été rédigés et partagés avec la rédaction. Ils seront publiés très prochainement sur notre site intranet ainsi que le site [afp.com](http://afp.com), en cours de réfection.

Les leçons ont été retenues. Lors des attentats du 13 novembre - comme d'ailleurs lors des attentats de janvier -, l'AFP, contrairement à d'autres médias, n'a pas été prise en défaut, dans un contexte pourtant hautement sensible et compliqué, preuve de la rigueur et du professionnalisme des journalistes de l'AFP.

## 2.8. Approximations et confusion

Les fantasmes populaires irriguent les mentalités, dont celles des journalistes, qui s'emploient en retour à les faire vivre. Lors du crash de l'Airbus de la compagnie allemande *Germanwings* dans les Hautes Alpes, plusieurs médias ont justifié le maintien de gendarmes la nuit sur les lieux du drame notamment par la nécessité d'éloigner les loups attirés par les cadavres. Cette hypothèse n'est jamais sourcée. Au contraire, les spécialistes des animaux sauvages interrogés donnent en boucle un avis selon lequel il est peu probable que les loups s'approchent de la zone du crash. Qu'importe : l'information d'un hélicoptère de gendarmes sur zone pour protéger les corps est répétée, nourrissant le fantasme du loup mangeur d'homme (mars 2015).

Le montage peut trahir le reporter. Lors de la finale de coupe de la Ligue de football, des incidents avant match ont donné lieu à interprétations. Un magasin de bonbons a été envahi par la fumée de fumigènes tirés par la police. Une chaîne de télévision a laissé croire qu'il s'agissait des fumigènes des supporters. Personne à l'antenne ne les mettait en cause, mais le plan qui précédait les montrait brandissant des fumigènes. Ce raccourci inopportun au montage a conduit à une présentation fallacieuse des faits (avril 2015).

Des erreurs de faits sont répétées à l'envie : ainsi, contrairement à ce qu'une unique source avait affirmé, aucun vigile n'a été dans le coma à la suite des incidents qui ont marqué un CE d'Air France. Mais certains médias continuaient à l'écrire plusieurs jours après le démenti des services de police et de secours (octobre 2015).

Le manque de recul et la pression du direct peuvent donner lieu à des interprétations hâtives, comme lors des attentats du 13 novembre dernier, où la phrase d'un officiel faisant état de « quatre

*morts dans la prise de contrôle* [du Bataclan] » a été interprétée sur une antenne comme la mort probable de quatre policiers. Certains, s'estimant couverts par l'emploi du conditionnel, s'autorisent la diffusion d'informations mal sourcées ou pas assez recoupées, comme la mort d'un passant à Saint-Denis le 18 novembre 2015 dans l'opération contre les auteurs présumés des attentats. Dite une fois, inscrite une fois en bas d'écran, elle sera vite oubliée - car elle est fautive - mais elle subsiste encore sur plusieurs sites non professionnels (novembre 2015).

La confusion peut être aussi entretenue par des rectifications incomplètes. Le site internet d'une radio nationale française a souhaité tordre le cou à une rumeur accusant un membre de la famille Rothschild d'avoir acheté *Charlie Hebdo* en publiant un article démontrant la supercherie. Hélas, pour illustrer son article ce site internet a repris sans légende explicative le photomontage bidonné par un site d'extrême droite allemand.

## 2.9. Rumeurs crédibilisées

Les informations qui circulent sur les réseaux sociaux relèvent pour beaucoup de la rumeur. Démonter ces rumeurs et les démentir n'est pas aisé (voir encadré). Mais trop souvent les journalistes professionnels les reprennent.

### Le mur du son

Un avion de chasse survole à basse altitude l'agglomération de Clermont-Ferrand le jeudi 26 février 2015 au soir et passe le mur du son. Une énorme déflagration secoue la ville et affole les populations. Dans les minutes qui suivent le bruit, personne ne sait de quoi il s'agit. La confirmation du franchissement du mur du son par un avion viendra quelques heures après les faits. Le journal régional donne l'info sur son site web avec un pic de connexions à 30 000 visiteurs dans les 15 minutes. 24 heures après l'événement on en était à 151 891 connexions ! Le quotidien n'ayant publié un papier explicatif que dans ses éditions du vendredi 27 février.

Mais où cette information interpelle et questionne, c'est dans la réaction des internautes et des réseaux sociaux. Sur le site du journal ont fleuri des réactions qui sont à rattacher à des démarches complotistes. Non ce n'est pas un avion qui a franchi le mur du son, disent à peu près ces internautes. Et ils donnent plusieurs raisons possibles. 1. Le réveil d'un volcan de la chaîne des puys. 2. Un attentat terroriste. 3. L'explosion d'un centre de stockage de produits toxiques dans une zone SEVESO. Jusqu'à un lecteur qui indique « ça sentait le brûlé près de chez moi ». Plusieurs commentaires ont été « modérés » notamment ceux accusant le journal de manipuler l'information et de « cacher la vérité ».

Devant l'ampleur des consultations et des réactions, le quotidien local publie dans ses éditions datées du 28 février un papier expliquant point par point le phénomène du mur du son pour tenter de désamorcer les doutes et autres théories complotistes. C'est en tous cas la démonstration, sur un fait finalement assez simple, bien cerné, que la presse est très vite mise en doute.

L'histoire d'un père qui laisse sa fille se noyer à Dubaï plutôt que de laisser un inconnu s'approcher d'elle pour la secourir a été publiée au cœur de l'été par de nombreux sites de quotidiens nationaux ou régionaux et de télévisions. La source était un site émirati. Quand un quotidien britannique a démontré que l'histoire, exagérée sinon inventée, circulait depuis près de 20 ans, des mises à jour discrètes ont rectifié. Ce fait divers n'aurait pas eu ce succès s'il n'était pas entré en résonance avec



des préjugés qui courent sur les musulmans, ce qui a pu contribuer à écarter toute interrogation sur sa véracité avant publication (août 2015).

Autre cas de figure : celui d'un quotidien sportif titrant sur l'inquiétude entourant un joueur de football, à partir de rumeurs diffusées sur Twitter - qui s'avéreront infondées -, relatant un arrêt cardiaque en plein match (septembre 2015). Ou encore le même média publiant le droit de réponse d'un ancien tennisman après avoir repris, sans vérifier, qu'il habitait un logement social (juillet 2015).

La concurrence des réseaux sociaux fragilise le contenu des journaux professionnels, et les oblige à plus de vigilance et de décodage.

C'est par exemple « l'information » selon laquelle les députés auraient voté le doublement de leur indemnité de fin de mandat. En fait, il s'agissait du doublement de la période pendant laquelle un député qui ne retrouve pas son mandat peut toucher une indemnité dégressive compensant la différence entre son nouveau revenu et son ancienne indemnité de fonction.

## **2.10. Emballements et suivisme**

L'embrasement instantané des médias pour une information crée un aller-retour permanent avec les réseaux sociaux et le monde politique, chacun alimentant les autres dans un maelström où il est difficile de retrouver un fait avéré et vérifié.

Il y eut « la privatisation » d'une plage et d'un passage littoral contigus de la résidence qu'occupait le roi Salman d'Arabie Saoudite et une partie de sa suite au cours de son séjour à Vallauris à l'été 2015. Il s'agit en fait d'une mesure de sécurité classique pour entourer la sécurité d'un chef d'État. Mais l'emballage s'est fait sur l'affirmation qu'à deux reprises au moins il aurait été demandé à des éléments féminins des forces de l'ordre de « se tenir à l'écart » de la plage pendant le bain de ces messieurs. Les sources l'affirment sans grande clarté et il n'est pas établi que la maison royale ait demandé (même par voie diplomatique) que cette mesure soit appliquée. En revanche il n'est pas interdit de penser que certains fonctionnaires d'autorité aient fait du zèle, mais en demandant à la police en général d'être discrète et non pas seulement à des fonctionnaires femmes. On n'a plus parlé d'ailleurs de privatisation de la plage quand les chaînes de télé ont fait tourner en boucle les longues séances de shopping du même entourage dans les boutiques de luxe de Cannes et sur l'empressement des commerçants à recevoir des gens « si sympathiques ». Et à la fin du séjour c'est un autre sujet qui a occupé l'ensemble des médias, il s'agissait de la fameuse ardoise du roi dans les hôpitaux de Paris rappelée par un tweet d'un médecin chroniqueur (juillet 2015).

Des intérêts privés profitent de cette viralité débridée. Si la présence du moustique tigre dans de nombreux départements du sud-est de la France est attestée par les autorités sanitaires, la vague d'articles consacrés à cet insecte et aux moyens de s'en protéger en juin 2015 avait surtout à voir avec la communication d'un fabricant d'insecticide ; la plupart des sujets reprenaient ses données, cartes et vidéo, sans préciser que le laboratoire cité était une émanation d'une marque d'anti-moustique (juin 2015).

## **2.11. Amalgames et partis pris**

Les reportages sur les quartiers qualifiés de difficiles jouent sur des effets de loupe qui peuvent caricaturer, voire déformer la réalité. Tout est vrai, mais tout est ramené à un seul aspect, spectaculaire. C'est le cas d'un sujet dans le XIII<sup>e</sup> arrondissement de Paris centré sur l'action qu'y



mène la police (avril 2015), et de plusieurs autres sur les « ghettos » de banlieue ; élus et habitants furent irrités par ce qu'ils estimaient être du parti pris.

Parfois le journaliste – ou sa hiérarchie - semble même être parti de sa conclusion et avoir collecté des clichés et des images, en forçant la vérité des faits pour arriver à sa démonstration. Un hebdomadaire a ainsi présenté Roubaix sous un jour très défavorable (mars 2015) : son reporter avait été coraqué sur place par une élue d'extrême droite, et plusieurs des « témoins » se sont avérés être des militants du FN. L'article évoque un chiffre gonflé de 60% d'habitants d'origine extra-européenne alors que selon l'INSEE (2011) Roubaix compte 19,3% d'habitants d'origine immigrée et 15% « d'étrangers ». Encore faudrait-il définir l'un et l'autre groupe. Mais leur total est au maximum de 34,3% et non des 60% annoncé par l'hebdomadaire.

Un rapport officiel sur le harcèlement dans les transports donne lieu à polémique : l'enquête porte-t-elle sur les déclarations de 60 femmes comme le dit un hebdomadaire reprenant un blog partisan ou sur une enquête auprès de 600 comme l'affirme un autre hebdomadaire ? Sur 600 lit-on page 11 du dit rapport librement accessible sur internet (juillet 2015). A la radio, un intervieweur affirme qu'une enquête établit que « 30% de chômeurs ne cherchent pas d'emploi », synthèse hasardeuse entre des données de plusieurs études de Pôle Emploi que rien ne permet d'amalgamer, et qui ne sera jamais confirmée (octobre 2014).

La ligne éditoriale d'un journal pousse parfois à croire à une histoire plus qu'à la vérifier. Plusieurs titres ont ainsi écrit qu'une consœur devait sa mutation dans une radio locale à une intervention du président de la République auprès de la direction de Radio France. C'est un syndicat peu susceptible de ménager le pouvoir et la direction de la société qui a rectifié en ajoutant « *quitte à raconter l'histoire, qu'elle soit vraie* » (juillet 2015). Un mensuel d'économie, aussitôt recopié par deux hebdomadaires, reprend l'étude d'un cabinet épinglant la gestion de la cantine du personnel du même service public. Le journaliste ne s'est pas rendu sur place et sa source unique est un cabinet conseil dans la restauration collective commerciale (juillet 2015).

Certains propos déformés par les adversaires politiques ou/et les réseaux sociaux sont à la longue repris par des journalistes qui n'en vérifient pas l'exactitude et contribuent à les accréditer. Par exemple la phrase « les emplois d'avenir ça ne coûte rien, c'est l'État qui paie » contraction d'un échange de François Hollande et de son intervieweur d'un soir a été depuis novembre 2014 citée et analysée par plusieurs éditorialistes.

La guerre en Ukraine a donné lieu à des imprécisions nombreuses, faute de sources souvent, par parti pris aussi. Notamment sur les exactions commises par les belligérants. Certains médias ont ignoré celles commises par les forces de Kiev. Même si elles n'ont pas atteint l'ampleur dénoncée par les médias russes repris par d'autres médias, il y en a eu, comme l'ont documenté des ONG telle Amnesty International (octobre 2014).

## **2.12. Alarmisme**

Une expression faisant commentaire est une des causes du psychodrame de Reims. A l'été 2014, une bagarre entre jeunes femmes dans un parc un jour de grand soleil aurait « *des relents de police religieuse* » écrit le quotidien local. Les médias, les politiques et les réseaux sociaux s'enflamment. La vérité est un échange de coups pour un regard et des mots jugés déplacés. L'auteur de l'article qui a

mis le feu aux poudres reconnaîtra quelques mois plus tard que « *personne n'a jamais prononcé devant [lui] les mots police religieuse* » (juillet et octobre 2015).

Lors de l'attentat de Saint Quentin Fallavier en Isère, le site d'un quotidien régional a attribué à l'indicatif dès les premières minutes du drame la responsabilité des faits « à Daech ». Rien ne permettait alors de le dire, et cela n'a pas été confirmé depuis, même si l'exécution d'une des victimes s'apparentait aux méthodes de ce groupe (juin 2015).

Cet alarmisme passe aussi par l'image. Un site spécialisé compile les cas où l'image de femmes entièrement dissimulées sous un niqab (seuls les yeux sont visibles) généralement photographiées hors de France, est utilisée pour illustrer des articles où il est question de musulmanes. Il épingle ainsi des articles sur l'accompagnement des sorties scolaires finalement autorisé à Nice pour une mère de famille voilée (juin 2015), une altercation entre une femme voilée et un enfant (juin 2015), ou le port du voile à l'université (mars 2015), tous illustrés par le port d'un niqab. Et ces médias ne sont pas seulement un hebdomadaire militant mais vont du gratuit distribué dans le métro à un quotidien national en passant par le site d'une télévision et celui d'un quotidien régional.

### **2.13. Remodeler la réalité**

Il y a le cas de cet hebdomadaire de l'est de la France condamné pour avoir effacé d'une photo un adversaire politique de son propriétaire (octobre 2014) [Voir 3.3]. Quelques mois plus tard (juillet 2015) un quotidien effacera de plusieurs photos le garde du corps qui accompagne Nicolas Sarkozy dans ses balades à vélo, donnant l'image d'un athlète qui sème tous ses poursuivants.

Plus lourde de conséquences, la recherche de l'image choc conduit à des montages qui imaginent des situations pouvant se produire. Le journal d'une municipalité d'extrême droite et un hebdomadaire de l'ouest de la France ont proposé à leurs lecteurs des images illustrant l'arrivée ou la présence de réfugiés en France. Intention militante revendiquée d'un côté, qui a conduit l'AFP à saisir la justice pour contrefaçon, maladresse et manque de clarté sur le montage dont l'hebdomadaire s'est, pour sa part, finalement excusé (octobre 2015). Dans les deux cas il s'agit bien de la volonté de frapper les esprits, par souci idéologique ou commercial, qui conduit à désinformer au lieu d'informer.

D'autres exagérations militantes sont reprises par les sites de grands médias sans aucune vérification. Comme une promenade filmée d'un journaliste israélien coiffé d'une kippa qui essuie quolibets et injures dans les banlieues françaises. Cette vidéo a été proposée telle quelle à leurs lecteurs et internautes par deux hebdomadaires et un quotidien (février 2015). Son succès a conduit d'autres hebdomadaires puis un site d'information en ligne à démonter la démarche de l'auteur de la vidéo, un militant sioniste qui travaille pour un groupe de médias proches du premier ministre israélien et qui incitent les juifs à quitter l'Europe pour Israël. Une chaîne du service public, six mois plus tard, le démontrera à son tour après avoir refait l'expérience de se promener en banlieue coiffé d'une kippa, avec des résultats diamétralement opposés. Dans les deux cas ces « expérimentations » ne peuvent remplacer une enquête de fond.

La sollicitation des faits pour coller à un commentaire est un classique. Et pas forcément sur de grands enjeux nationaux ou internationaux. Ainsi de simples préconisations sur le respect du genre et la féminisation des mots dans la communication des services publics sont présentées par une grande chaîne nationale comme un « *guide pratique* » s'imposant à tous, avec des exemples inventés ne

figurant pas dans les préconisations, le tout accompagné de remarques sur le thème « *c'est n'importe quoi* » imposant le point de vue du présentateur comme une évidence (novembre 2015).

## **2.14. Mises en scène**

La télévision a besoin d'images. Parfois ce n'est pas le réel qui est filmé, mais sa reconstitution imaginée et mise en scène, nourrie de témoignages plus ou moins anonymisés et de séquences plus vraies que nature, scénarisées avant le tournage. L'affaire des faux clowns illustre cette dérive. Elle démarre en octobre 2014 dans le nord et l'est de la France. Des individus grimés en clowns effrayants font peur aux passants. Réseaux sociaux et paris stupides aidant, la psychose s'installe. Une grande chaîne de télévision commande en urgence un sujet à une société de production. Dans le « séquençier » validé par les deux parties en amont du reportage, il est prévu des images de clowns maléfiques en action. Un appel sur internet permet de trouver un jeune homme qui affirme s'être déjà déguisé ainsi, mais qui n'a plus son masque. Qu'à cela ne tienne, le journaliste fournit le masque effrayant qui manquait. Manque de chance, les jeunes gens et le JRI sont surpris en pleine action par des policiers. S'en suit une admonestation du procureur et une polémique où la chaîne de télévision se donne le beau rôle en rejetant la responsabilité de la faute déontologique sur la société de production.

Dans d'autres cas, l'illustration du propos paraît trop belle pour être totalement vraie : appel à des personnages douteux pour « prouver » que des combats clandestins de free fight sont organisés en France, au grand dam des spécialistes des arts martiaux qui décrypteront dans ce reportage de nombreux signes de faux combats ; jeunes militants extrémistes s'entraînant au close combat devant la caméra sans ménager leurs coups. Jusqu'à quel point ces « rencontres » ont-elles été « organisées » à la demande des reporters ? (septembre 2014).

La mise en scène est à la limite de la complicité d'un délit quand une attaque informatique du hacker israélien Ulcan contre un site d'information est réalisée et commentée par celui-ci devant la caméra, histoire de démontrer sa capacité à le faire (septembre 2014).

## Le journalisme scientifique

Dans un contexte d'incertitude et d'inquiétude sur l'avenir, de recherche du risque zéro et de protection des citoyens consommateurs, la presse consacre une place de plus en plus grande à des sujets scientifiques. Cela ne va pas sans poser des questions qui relèvent de l'éthique du journalisme et de l'éthique scientifique.

Il y a eu l'affaire du saumon d'élevage norvégien, jugé bon ou mauvais pour la santé selon les médias, ou plutôt selon les interprétations opposées d'une même problématique par des experts scientifiques différents (octobre 2014). Il y a eu la polémique sur un reportage et un débat télévisés consacrés au rôle des statines et à leur intérêt ou non dans la prévention primaire de l'infarctus (octobre 2015).

La tenue en France de la COP 21 à la fin de l'année 2015 a été aussi l'occasion de nombreux articles et débats sur des questions scientifiques complexes. La tentation du sensationnalisme et l'excès de simplification n'ont pas toujours été évités, décourageant la compréhension d'une matière ardue. Le débat sur la couverture de cette question s'est focalisé un temps sur la place à laisser ou non aux climato-sceptiques, notamment après l'éviction de France Télévisions d'un présentateur météo auteur d'un livre controversé. Avec cette question : pour les médias, tous les propos sont-ils audibles lorsqu'il s'agit de questions scientifiques ?

Il n'est pas question d'accréditer l'idée d'une vérité absolue, fût-elle majoritaire dans la communauté scientifique, ni de placer l'information scientifique hors du champ de ce qui est discutable, questionnable par tout un chacun, et donc dans les médias. Il n'est donc pas question d'exclure du débat une thèse minoritaire, ce qui pourrait *a contrario* la valoriser, et déplacer le débat sur la forme et l'accueil ou le non accueil fait à ses partisans et non le fond de leurs propos.

Mais l'information scientifique répond à une double exigence, celle de l'information du public et celle de la démarche scientifique. Elle fait appel à des concepts, à un savoir, à une démarche logique déduisant de faits des hypothèses puis les validant ou non par l'expérimentation que seuls possèdent les spécialistes du domaine concerné, et à un degré bien moindre, les personnes qui ont une solide culture scientifique.

Pour un journaliste qui traite des questions scientifiques, multiplier les points de vue est donc le plus souvent anecdotique devant l'analyse du contenu scientifique, qui doit primer. S'il lui faut utiliser au maximum les outils de l'enquête journalistique - multiplicité et recoupement des sources notamment - celle-ci ne suffit pas, car ce qui compte en dernier ressort, ce sont les arguments expérimentaux, scientifiques, que seuls les spécialistes peuvent apporter. D'où la nécessité pour le journaliste d'avoir de solides compétences tenues à jour dans le domaine qu'il traite pour pouvoir poser les bonnes questions et exercer sa fonction critique (les chercheurs communiquent aussi...), pour donner la parole aux scientifiques tenants des différentes thèses en présence (si elles ne sont pas encore scientifiquement invalidées) tout en contextualisant l'information.

Ce qui, bien sûr, demande de s'en tenir aux faits démontrés ou de ne présenter les hypothèses que comme des hypothèses, en évitant tout discours réducteur et manichéen. D'autant que les certitudes en matière scientifique avancent lentement, et ne sont des certitudes que jusqu'à ce que d'autres résultats scientifiques les remettent en cause.

### 3. Conditions de production

Les conditions économiques et sociales de la production de l'information influent nécessairement, mais pas de manière mécanique, sur les contenus et la qualité de l'information délivrée au public. L'ODI ne s'occupe pas des stratégies d'entreprise – c'est aux dirigeants et aux salariés de s'en occuper – mais il peut relever les soucis que causent ces stratégies sur l'information. Plus largement, l'ensemble du système d'information est en mutation rapide et brutale. Depuis quelques années, le triomphe du numérique, la convergence des médias et la prégnance des réseaux sociaux transforment le monde des médias, et donc, inévitablement, les conditions de production.

#### 3.1. Influence des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux peuvent être un outil pour les journalistes ; ils peuvent également être un piège. Twitter et Facebook, notamment, sont des moyens de promotion du travail des rédactions, des moyens d'expression des journalistes, des sources d'informations, des moyens de contacter des sources et des outils de perception de la sensibilité d'un moment ou de groupes. Cette polyvalence des réseaux sociaux implique une vigilance sans faille.

Le chapitre « exactitude et véracité » traite d'un certain nombre de pièges, liés souvent au manque de recoupement : des canulars repris sans vérification, des sites parodiques pris pour argent comptant ou des rumeurs crédibilisées, etc.

Les réseaux sociaux sont prompts à encenser ou à dénoncer. Par un effet de masse, et de contagion très rapide, ils se révèlent être souvent des vecteurs d'une pression politique ou idéologique. Des exemples de déferlement de haine en attestent, on l'a vu à l'occasion du mouvement contre le mariage pour tous, de la tuerie à *Charlie Hebdo* ou de la crise des migrants. S'ils reflètent des mouvements d'opinion qu'il faut prendre en compte, ces manifestations d'humeur doivent être appréhendées avec précaution. Il convient de les prendre pour ce qu'elles sont, quand elles relèvent d'une stratégie délibérée : des tentatives de pression via les médias sur les individus.

A l'heure où une partie du public a fait des réseaux sociaux le principal vecteur de son information, la promotion et la diffusion des articles et des émissions passe aussi par ces supports, et notamment par Facebook ou Twitter. Et les journalistes sont de plus en plus nombreux à y détenir des comptes. Le risque de confusion entre usage professionnel et usage privé de ces comptes est réel.

Ainsi, la plupart des journalistes indiquent leur position professionnelle (« journaliste à... », « rédacteur en chef de... »). Il est parfois difficile de déceler si l'expression du journaliste sur ses comptes est celle du salarié d'un média ou celle du citoyen. Le mélange des genres est alors source de confusion pour le public. Le Presserat - conseil de presse - allemand estime que les règles déontologiques s'appliquent aussi aux productions journalistiques diffusées via Facebook. Pour lui, les réseaux sociaux ne sont qu'un mode de diffusion nouveau des contenus rédactionnels. En Belgique, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a considéré depuis 2010 que « *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* ». Ce que le CDJ a précisé en 2013 dans la nouvelle version de son code de déontologie, dont l'article 7 pose que « *les journalistes respectent leur déontologie quel que soit le support, y compris dans*

*l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux, sites personnels et blogs comme sources d'information et comme vecteurs de diffusion de l'information* ». Autre référence étrangère, la décision récente de l'ombudsman de Radio Canada où celui-ci écrit que « *sur le terrain des médias sociaux, encore relativement vierge et mouvant, les journalistes et leurs semblables doivent absolument apprendre à garder leurs distances, seul moyen de protéger leur impartialité et leur crédibilité* ». Toutefois, « *garder ses distances* » vaut même dans l'utilisation personnelle des médias sociaux. Les Normes et pratiques journalistiques (NPJ) de la chaîne canadienne posent que « *l'expression d'opinions personnelles sur des sujets controversés ou d'ordre politique peut miner la crédibilité du journalisme de Radio-Canada et éroder la confiance de notre public* », car « *l'association [du compte personnel] avec Radio-Canada* » est réputée permanente.

Le suivi des réseaux sociaux ne donne pas forcément une image exacte de l'impact d'un sujet. Il est pourtant courant désormais qu'une information monte en « une » parce qu'elle a généré beaucoup de commentaires sur Facebook ou Twitter, les automates des rédactions prenant en compte le nombre absolu d'envois. Mais il est nécessaire d'identifier les titulaires des comptes pour authentifier leur impact avant de les répercuter. Un individu se faisant passer pour journaliste de l'AFP a sévi sur Twitter le 7 janvier 2016. Des outils numériques permettent d'analyser finement qui intervient. Un chercheur belge a ainsi montré que la polémique sur l'affaire du maillot de bain de Reims avait été nourrie par des militants d'extrême droite organisés ; ou que celle sur *Tel Aviv sur Seine* avait concerné 10 000 personnes twittant en moyenne chacune quatre fois sous des comptes différents. Et le scientifique de conclure que « *les médias répercutent [des] affaire[s] qui n'existe[nt] que par les gesticulations verbales de certains militants* ».

### **La photo d'Aylan**

Les photos dramatiques du petit Aylan retrouvé mort sur une plage de Turquie ont provoqué une émotion et des réactions rapides, notamment sur le web et les réseaux sociaux. L'Observatoire de la déontologie de l'information a décidé d'analyser la diffusion des photos, dans un rapport qui se trouve sur le site de l'ODI<sup>16</sup>. Cette analyse montre les interactions entre le web, les réseaux sociaux et les médias « traditionnels », qui sont également présents sur le web et les réseaux sociaux. Les clichés d'Aylan réalisés par Nilüfer Demir ont d'abord été diffusés sur le web par l'agence qui l'emploie, puis repris sur Twitter et Facebook. Repérés et publiés dans la presse, ils sont rapidement devenus un symbole et ont enflammé les réseaux sociaux. Dans les médias, les premières réactions se sont concentrées sur la nécessité, ou non, de publier ces images. Les réseaux ont aussi relayé des théories haineuses ou complotistes. De nombreuses déclinaisons virales ont fait leur apparition et l'image d'Aylan a été utilisée, détournée, réinterprétée, transformée en logo. La polémique a ensuite rebondi après la parution de dessins dans *Charlie Hebdo* et *l'Union*.

Le Conseil de déontologie journalistique belge a participé au débat public sur ces photos dans une position générale sur les critères à prendre en compte avant de décider de publier ce genre d'image. Il en retient trois : l'intérêt public, la vérification de l'origine de l'image, l'importance et la pertinence du contenu informatif, et conclut que la publication de cette image est tout à fait pertinente<sup>17</sup>. Il souligne : « *Des photos peuvent contenir un apport informatif significatif qui prend le pas sur leur*

<sup>16</sup> <http://www.odi.media/les-articles/la-photo-daylan/>

<sup>17</sup> <http://lecdj.be/le-cdj-confirme-la-photo-du-petit-aylan-etait-dinteret-general/>

*caractère éventuellement choquant et justifie leur publication. [...] L'horreur réside dans l'existence de scènes de ce genre, pas dans le fait de les montrer. »*

Ces analyses renforcent l'ODI dans sa conviction que la diffusion de photos sur les réseaux sociaux peut servir l'information, mais qu'elle peut également conduire à de multiples dérives et problèmes. Les Observateurs de France 24, qui font un travail exemplaire en matière d'établissement des sources des images a publié une analyse sur la photo de la « Joconde syrienne », cette petite fille libanaise que des internautes bien – ou mal – intentionnés ont fait passer pour une des assiégées de Madaya en Syrie<sup>18</sup>.

### **3.2. Conditions économiques et sociales de production**

La fragilité économique du secteur de l'information se traduit par une restructuration quasi permanente. Entre 2009 et 2015, le nombre des titulaires de la carte de presse en France a diminué de 1 462 (37 390 en janvier 2010, 35 928 en janvier 2016). Des rédactions sont perturbées par des réductions d'effectifs. Dans le même temps, plusieurs mouvements capitalistiques ont fait craindre que l'indépendance de l'information ne soit menacée. L'arrivée de « mécènes » au capital des entreprises, la concentration ou les restructurations des rédactions n'entraînent pas automatiquement une mise en cause de la déontologie professionnelle : pour le moment, on ne relève pas plus de cas déontologiques dans les entreprises ayant connu ces mouvements que dans celles restées sur un modèle plus ancien. Cependant, ces phénomènes alourdissent le climat, déjà tendu, de l'exercice du métier de journaliste. Les conditions économiques et sociales au sein des entreprises de médias sont donc critiques pour l'ODI.

Chaque année, le rapport de l'ODI pointe le « journalisme à distance », qui consiste à faire réaliser des « reportages » par des officines basées au Maroc ou à Madagascar. C'est ainsi qu'un hebdomadaire du Nord fait travailler des pigistes depuis le Maroc (décembre 2014). Les robots journalistes sont aussi une menace pour l'emploi et sont susceptibles d'accentuer les dérives évoquées plus haut. Expérimentés en France en 2014, ils ont fonctionné notamment lors des élections municipales et régionales pour rédiger des papiers factuels sur le recueil des voix. Bien encadrée par des journalistes, cette pratique n'a pas nécessairement de conséquence déontologique quand elle se limite à compiler des données. Mais si elle peut permettre de libérer les journalistes des tâches de compilations répétitives, elle doit être considérée avec la plus grande circonspection. Conjugée avec l'emploi croissant de stagiaires et de pigistes et avec la diffusion de « reportages » et de « témoignages » produits par des firmes peu crédibles, elle conduit à s'interroger sur le devenir des rédactions et des contenus rédactionnels. Le respect de la déontologie s'impose aux robots et à ceux qui les programment.

Des pratiques contestables ou à la limite de la rigueur professionnelle ont cours. Des témoins intéressés, à un titre ou un autre, ont été interviewés. Les « experts » convoqués pour expliquer une situation ou un phénomène fleurissent dans les médias. Ainsi, au sujet des attentats de Paris en janvier et en novembre, de multiples experts en terrorisme, qui ne sont pas toujours désintéressés, et dont les diverses fonctions ne sont pas toujours identifiées, ont envahi les plateaux, les studios, les colonnes et les écrans.

---

<sup>18</sup> <http://observers.france24.com/fr/20160114-photo-joconde-syrienne-fake-madaya>



L'utilisation de la caméra cachée se justifie lorsqu'il est impossible de filmer à découvert. Mais régulièrement, sont diffusées des scènes filmées dans des conditions contestables. Ainsi, un reportage sur les employés du Sénat réalisé en caméra cachée par des journalistes qui se font passer pour des étudiants d'une école d'horticulture (janvier 2015).

L'ODI a déjà souligné dans ses précédents rapports que toute interrogation du public n'est pas un sondage. Bien souvent, les questions posées sur des sites ou à l'antenne sont biaisées, et les réponses ne peuvent constituer un échantillon représentatif d'autre chose que des lecteurs ou téléspectateurs du média X présents à un instant T. Ces résultats fort peu scientifiques, présentés et parfois commentés par des journalistes, trompent le public. Il faut rappeler enfin que pour tout sondage, la loi fait obligation d'accompagner la diffusion de sa fiche technique. Si la presse le fait la plupart du temps correctement, l'audiovisuel tend trop souvent à l'ignorer.

Cette année encore, l'ODI a relevé une utilisation du terme « sondage » qui prête à confusion. Le Larousse parle d'une « *enquête statistique dont le but est de connaître, à un moment donné, la manière dont se répartissent les opinions individuelles à propos d'une question donnée* ». C'est à ce sens que l'utilisation du mot renvoie très majoritairement dans l'univers de la presse. Par contre, recueillir l'avis de quelques personnes choisies plus ou moins au hasard dans la rue ne peut être un sondage et reste un échantillonnage à partir duquel on ne peut extrapoler de tendance significative.

### **3.3. Rapport avec les actionnaires**

La mutation numérique et le changement des modes de consommation de l'information font des médias des entreprises convoitées parce qu'elles fournissent des contenus nécessaires aux opérateurs de télécommunications et aux diffuseurs numériques. Toutefois, les entreprises de médias ont un prix de marché qui dépend de leur secteur d'activité : la presse est moins cotée, alors que l'audiovisuel vaut encore cher. On assiste donc à des acquisitions et cessions, qui se marquent parfois par une concentration et parfois par un émiettement. Les changements de propriétaires induisent des restructurations et des modifications de périmètre qui perturbent les équipes éditoriales.

L'année 2015 a été marquée par un accroissement des tensions dans les rapports entre les actionnaires et les rédactions. Des actionnaires expriment ouvertement une vision de la ligne éditoriale ou une déontologie adaptée à leur point de vue, manifestent publiquement leur réprobation à l'égard d'un article ou d'une émission, voire les censurent purement et simplement, critiquent un journaliste de leur média ou encore se servent du média comme instrument de promotion de leur empire économique. Face à cette poussée de la part de nombreux actionnaires, les directions de rédaction et les journalistes s'efforcent de résister. Elles font valoir l'éthique du journalisme, l'indépendance éditoriale de la rédaction. Mais d'autres cèdent aux demandes des actionnaires ou pratiquent l'autocensure.

La concentration des médias au sein de groupes industriels multiplie les occasions de conflits d'intérêts et les tentations d'intervention dans le contenu des médias concernés. Ce sont des actionnaires qui prennent de plus en plus de place dans la vie éditoriale du média suivant plusieurs niveaux de graduations. Il y a, *a minima*, l'actionnaire qui entend veiller légitimement sur le respect du pacte éditorial. Comme cet industriel qui exprime fin 2014 sa colère contre les « unes » de deux de ses hebdomadaires consacrées aux « femmes du Président », qu'il estime digne de tabloïds ; dont pour l'un d'eux, trois « unes » consacrées en moins d'un an à Valérie Trierweiler.



Les actionnaires sont aussi des lecteurs attentifs - et parfois critiques - des journaux qu'ils contrôlent. Quand ils se contentent de réagir *a posteriori*, comme tout lecteur, le péril n'est pas bien grave. Bien qu'un actionnaire fragilise sa rédaction en exprimant publiquement son désaccord avec un article. Ainsi, un des trois actionnaires d'un quotidien s'empare fin 2014 sur Twitter contre le chroniqueur littéraire du journal, coupable, selon lui, d'avoir trop critiqué le dernier livre de Patrick Modiano, allant même jusqu'à l'insulter, ce qui a entraîné la réaction de la Société des journalistes du quotidien : « *Cette intervention nous choque. Elle nuit à l'image de notre journal et à la sérénité du travail de la rédaction* ». Le même actionnaire intervient en février 2015 sur RTL à propos de l'enquête dite Swissleaks menée par le journal et d'autres confrères internationaux, pour exprimer le fait qu'il « *réprouve les méthodes des journalistes de ce quotidien dans l'enquête sur le scandale de fraude fiscale de HSBC* ». Le directeur du quotidien réagit en affirmant : « *on peut toujours avoir des discussions mais ce sont des décisions qui sont du ressort de la direction du journal* ». Tirs croisés le même jour, un deuxième co-actionnaire, qui, tout en saluant sur France Inter le « *travail d'investigation remarquable de la rédaction [...] pour dénoncer une gigantesque machine à blanchir de l'argent* », s'interroge sur l'opportunité d'avoir publié les noms des personnalités dans le journal ; une forme, selon lui, de « *macarthysme fiscal* » ou de « *délation* » et il assure qu'il y aura une discussion avec la direction éditoriale.

Plus grave, en septembre 2015 le nouvel actionnaire d'une chaîne critique au lendemain de sa diffusion un reportage d'investigation « *L'OM, la fuite en avant* » qui revient sur l'été agité du club, le départ de plusieurs joueurs de premier plan et la politique de son président. Le grief est que ce reportage peut aliéner le soutien à la chaîne du club, très influent au niveau de la Ligue de football, au moment de l'attribution des droits de retransmission. La société-mère de la chaîne renchérit en estimant en substance que la chaîne doit s'attacher à offrir le meilleur du spectacle plutôt que de laisser ses journalistes se livrer à de l'investigation et de se placer en « *juges* ».

Il arrive enfin que des rédactions soient mises au service de l'actionnaire au point de transgresser les règles déontologiques ; ainsi, fin 2014 un hebdomadaire de l'Est de la France efface d'une photo le député-maire d'une ville et publie le cliché ainsi retouché. L' élu était venu inaugurer dans un petit village un monument aux morts en compagnie d'autres officiels. Son image a disparu dans la publication dirigée par un de ses adversaires politiques [Voir 2.13]. Parfois l'encadrement de la rédaction se livre à un excès de zèle qui confine au manque d'indépendance. En août 2015, lors de l'inauguration du musée Soulages par un ministre et sa compagne, visite qui serait l'objet habituellement d'une couverture presque banale, le directeur-délégué de la rédaction d'un quotidien régional prend la précaution d'en référer à sa plus haute hiérarchie, le PDG du groupe, la compagne du ministre étant actionnaire du groupe. L'ordre revient d'en haut : pas question de la voir sur la photo ni d'évoquer sa présence.

En avril 2015, une banque, actionnaire d'un groupe de presse, a jumelé son nom à celui du Printemps de Bourges, à la suite de l'augmentation de son soutien financier au festival, après la baisse de la subvention de l'Etat. Fait notable les journaux locaux n'ont pas « *relayé* » le nouveau nom. Par contre le supplément musical d'un quotidien parisien a repris le nouveau nom sans sourciller.

Les manifestations de pressions ou de censure semblent décomplexées ; ainsi, en mai 2015 le patron d'une chaîne commerciale déclare qu'en raison de la pression économique il ne peut « *supporter qu'on dise du mal de nos clients* [à l'antenne]. *Nous vivons de nos clients* ». De même, en juin, les

journalistes d'un quotidien parisien racontent la censure dont ils sont victimes quand ils enquêtent sur les dictatures clientes de l'avion de combat produit par l'industriel détenant leur média.

La censure peut s'exercer sous la forme d'une entraide entre hommes d'affaires et actionnaires de médias. Ainsi le dirigeant d'une banque, par ailleurs patron d'un groupe de presse quotidienne régionale, aurait obtenu en juin 2015 de l'actionnaire d'une chaîne de télévision la censure d'un magazine d'investigation. Le sujet du magazine portait sur une politique possible d'évasion fiscale d'une filiale de ce groupe bancaire. Cette affaire de censure, jointe à l'aversion supposée de l'actionnaire pour les magazines d'investigation en général, aura des répercussions tout au long de l'année dans la chaîne. Toute l'équipe du magazine exprime son mécontentement après la censure de l'enquête et interroge la direction sur le processus de choix des sujets. Pour sa part la direction de la chaîne entame d'abord en octobre 2015 une procédure de licenciement du rédacteur en chef adjoint du magazine d'investigation avant de faire machine arrière sous la pression des syndicats et des salariés et d'assurer que l'investigation sur la chaîne serait renforcée.

Le point ultime de la poussée des actionnaires réside dans la dilution des frontières entre leurs intérêts économiques et le contenu des médias. Ces derniers peuvent alors être utilisés comme instruments de promotion des intérêts économiques de l'actionnaire. Ainsi, une télévision thématique d'un groupe présente en septembre 2015 un programme de mise en valeur à l'antenne d'initiatives et d'événements se déroulant en Guinée : concert pour marquer la fin de l'épidémie Ebola, promotions de tous les talents du pays, pays dans lequel l'actionnaire a de nombreux intérêts économiques, notamment la gestion du port de la capitale. En symétrie, le même mois, la chaîne Afrique du groupe, diffusant un spectacle enregistré au Niger dans une zone « *de culture, de sport et de wifi* » créée par l'industriel-actionnaire, annonce que dans de telles zones leur promoteur « *veut montrer tout le savoir-faire du groupe qu'il dirige : batteries solaires, médias...* ». Dans les deux cas les chaînes sont mises au service de l'expansion économique du groupe.

### **3.4. Rapports avec la publicité**

Les pressions économiques sur les médias semblent s'être accentuées à la fin 2014 et au cours de l'année 2015. Les médias, à l'économie fragile, se trouvent de plus en plus dans un rapport de force qui leur est défavorable. Face à la puissance économique des annonceurs, ils font l'objet de menaces de rétorsion par privation d'une campagne publicitaire ou à l'inverse des demandes de se soumettre aux conditions de l'annonceur pour obtenir la manne publicitaire. Deuxième problème, plusieurs médias, désireux de rendre leurs espaces attractifs pour les annonceurs, respectent de moins en moins la séparation claire pour le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur entre information et publicité, sous la poussée des exigences des services de promotion et de publicité.

Ainsi, les pressions sur les médias sont plus nombreuses que celles relevées dans les précédents rapports de l'ODI. Par deux fois en 2014 et 2015 le président d'un groupe de communication et d'une agence de publicité a fait stopper ses campagnes de publicité dans un quotidien. Manque à gagner pour le journal : plus de 7 millions d'euros. Motif de la sanction financière : deux articles du quotidien qui ont déplu au grand patron, l'un sous forme de portrait, l'autre sous forme d'enquête sur ses activités économiques en Afrique. En janvier 2015, un mensuel déclenche les foudres d'un industriel, président d'un groupe de télécommunications, pour avoir publié un article sur « un associé-mystère » de l'industriel qui a fait faux bond plusieurs fois au journaliste du magazine. Au lendemain de la parution du reportage, tous les accords publicitaires qui liaient l'ensemble des titres du groupe

de presse au groupe de télécommunications ont été résiliés. Fait du prince, contrôle strict de son image et de la connaissance de ses activités, en tout cas il n'est pas bon pour les finances d'un média de vouloir informer sur l'environnement de ces grands patrons.

Une multinationale américaine leader dans le monde des ordinateurs, smartphones et tablettes fait pression, selon le patron d'une régie publicitaire qui tient à garder l'anonymat, en imposant une charte aux médias abritant ses campagnes. Celle-ci écarte de la première page du média toute actualité traumatisante ou dramatique pour ne pas perturber l'image du produit exposé en quatrième de couverture. Véritable intrusion dans la ligne éditoriale du média. D'autres groupes industriels, faisant l'objet de scandales, tentent de faire taire les médias par l'arme de l'investissement publicitaire. Ainsi après la découverte du trucage des tests antipollution d'un grand fabricant automobile, *Le Canard enchaîné* publie en septembre 2015 le mail adressé par une régie publicitaire travaillant pour ce constructeur à des dirigeants de quotidiens régionaux français. Il leur est demandé, sous peine de rupture des accords publicitaires de « *ne publier aucun article relatif à la crise [du fabricant] dans les parutions des 6, 8 et 10 octobre* ». La société-mère de la régie dément et assure avoir simplement demandé un décalage dans le temps « *pour éviter des effets de contexte négatifs* ». Le dernier cas se déroule à l'étranger, mais il pourrait concerner à l'avenir la France. En Angleterre en février 2015, le directeur-général de la banque incriminée dans le scandale dit Swissleaks, admettait publiquement que sa banque avait retiré ses annonces publicitaires des médias qui se livraient à « *une couverture hostile* » de l'affaire.

Par ailleurs le mélange information et publicité tend à se développer dans les médias de manière inquiétante, alors que la fonction journalistique se démarque de la fonction publicitaire. Ainsi, on observe, notamment dans la presse régionale, une discrète mais souvent « efficace » tentative des régies de ne pas assortir les publiereportages de la mention « Publi-information » ou « Publi-reportage », ce qui accroît la confusion des genres.

Publicité déguisée ou rédactionnel publicitaire. Cela peut survenir même sur le service public. Ainsi en avril 2015, la directrice du château de Versailles vient parler à l'antenne d'une radio pendant plusieurs minutes de l'opération « Un carré pour un château ». Pour l'achat d'un foulard de soie d'une célèbre maison de luxe, une partie des bénéfices est reversée en faveur de la restauration du château. La journaliste qui l'interviewe cite la marque une demi-douzaine de fois. En août 2015 au 20 heures d'une autre chaîne publique un sujet sur « *La thalassothérapie : la France leader mondial du secteur* » prend l'allure d'un publi-reportage sur le centre de Ouistreham. Même si le nom du centre n'est pas cité, il n'y a qu'un établissement de thalassothérapie à Ouistreham. Le reportage ne manifeste aucun recul sur le sujet, pas de contre-indications, aucun regard critique et se fait invitation. « *A peine arrivés les curistes [reçoivent] des soins variés qui viennent de l'eau de mer riche en minéraux... L'accueil est personnalisé avec un employé pour quatre curistes...* ».

Dans le secteur privé la démarche commerciale est manifeste. De nombreux cas montrent un franchissement de frontière entre information et publicité, les médias montant des dispositifs adaptés aux besoins des annonceurs. Enquête ou publicité déguisée ? En mai 2015, un hebdomadaire sportif vend une sur-couverture à une marque de déodorant pour homme. La fausse « une » avec la photo d'un champion de tennis français et le logo de la marque en bas de page ne mentionne pas qu'il s'agit d'une publicité. Au contraire elle porte les mentions légales (numéro du magazine, date de publication...). Dans les mêmes tons, le verso invite les lecteurs à participer à un jeu. En juin 2015, dans un magazine féminin *people* un reportage sur Valérie Trierweiler s'apparente à une publicité

masquée pour une marque de cycles. Sous la photo de l'ex-première dame la légende « *Au guidon de son vélo Gitane, son moyen de transport préféré* ».

Publicité déguisée encore, en novembre 2015 le supplément week-end d'un quotidien national consacre onze pages à la participation au marathon de New-York de l'un de ses rédacteurs en chef. La Société des journalistes de la publication appelle dans un premier temps la direction à « *plus de mesure dans la mise en avant de tel ou tel collaborateur* ». Mais quelques jours plus *Le Canard enchaîné* dévoile que l'intégralité du voyage et de l'hébergement du coureur-rédacteur ont été payés par une marque de chaussures de sport, ce qui provoque encore davantage l'émotion de la rédaction. La direction ne dément pas mais spécifie qu'elle avait seulement promis de mentionner le nom de la marque dans le papier mais « *pas dans le titre ni dans le chapeau* ». Quoiqu'il en soit le « reportage » regorge de photos montrant les chaussures en question – quasiment une photo sur deux – et de commentaires laudatifs sur le matériel du rédacteur en chef : « *Devant lui ses précieuses chaussures de course Asics. Ce sont elles qui le porteront demain vers la ligne d'arrivée* ».

En 2015 il est arrivé que des rédactions passent le cap des protestations contre ce mélange de la publicité et de l'information et passent à l'action. C'est le cas en mars de la rédaction d'un quotidien économique qui a protesté contre « *des pratiques inadmissibles de plus en plus courantes... l'intrusion publicitaire dans les espaces éditoriaux* ». Suite à la publication par la régie d'un tweet publicitaire déguisé sur le compte officiel du journal, saluant la sortie d'un nouveau modèle d'une marque automobile, la rédaction du quotidien a entamé une grève des tweets : pas de messages sur le réseau social à partir des comptes des journalistes.

Cependant pour les années à venir les pratiques journalistiques et l'organisation des équipes qui se mettent en place dans les médias sur le web, dans la presse gratuite et de plus en plus dans la presse traditionnelle inquiètent par ce qu'elle présagent quant à cette confusion volontaire entre information et publicité. Le « brand journalisme » ou « contenu de marque », qui consiste à faire traiter de l'actualité des marques par des journalistes et qui se démarque de l'activité et des objectifs journalistiques, se développe abondamment. Les nouveaux sites et magazines d'information, les gratuits, abordent la question du contenu de marque de manière « décomplexée ». Les journalistes ont souvent la double casquette et travaillent à la fois pour le site ou le magazine et pour les annonceurs. Par exemple dans un groupe qui développe un site sur le football, les jeunes rédacteurs, souvent pigistes « *nourrissent d'informations le site tennis d'un groupe bancaire* ». Le fondateur d'un magazine qui « explore le futur » fait la remarque suivante « *Faire du contenu de marque, c'est délicat pour un journal traditionnel, mais nous on est né avec, c'est plus naturel pour notre nouvelle génération* ». Des groupes de presse traditionnelle viennent en nombre au « contenu de marque », et pratiquement tous y sont représentés. Les médias traditionnels reconnaissent bien qu'il s'agit d'un métier de communicant, mais crise de la presse aidant, ils y voient une nouvelle source de revenus. Et ce faisant ils font travailler des équipes de journalistes pour des magazines d'entreprises, des sites, des applications clients. Ces dernières années, des cellules de « contenus de marque » ont été mises en place dans la plupart des groupes de presse : un quotidien national la localise dans sa régie publicitaire, un autre quotidien national et un quotidien économique se disent capables de répondre aux demandes multi-supports des annonceurs... La tendance est lancée, elle provoque des remous dans les rédactions et rapproche de plus en plus le domaine de l'information et celui de la publicité. Cela ne peut à terme qu'accroître encore la défiance du public vis-à-vis de l'information, et renforcer le recours aux supports qui prétendent « ré-informer » pour contrer des « manipulations ». Si les

annonceurs y gagnent, la connaissance de faits établis indépendamment de toutes arrières pensées idéologiques ou commerciales recule.

L'ODI travaille en bonne intelligence avec l'ARPP, organisme de régulation professionnelle de la publicité en France, qui émet des recommandations concernant la déontologie de la publicité<sup>19</sup>. Elle souhaite que ces nouvelles techniques publicitaires soient clairement identifiées et distinguées de l'information.

### 3.5. Conflits d'intérêts

Les conflits d'intérêts se déclinent en plusieurs thèmes : information directement ou indirectement payée, promotion intéressée, limites imposées par compromission amicale, politique ou autres. Si la plupart des cas relèvent du rapport avec les sources [voir 5.7], il en est qui sont très directement liés aux conditions de production de l'information.

Concernant l'affaire opposant deux journalistes français et la monarchie marocaine, l'ODI a publié le 5 septembre 2015 un communiqué titré « *L'information n'est pas monnayable* »<sup>20</sup>, dont nous reprenons ici les principaux éléments : « *Sans préjuger des développements judiciaires de l'affaire qui concerne deux journalistes et le royaume du Maroc, l'ODI tient à souligner les points déontologiques suivants : l'information n'est pas monnayable ; un journaliste digne de ce nom ne saurait payer une information ou un informateur ; un journaliste digne de ce nom ne saurait se faire payer par une source ou un tiers intéressé pour publier, retenir ou supprimer une information. La valeur d'une information est déterminée par l'intérêt du public à la connaître, non par l'intérêt d'un journaliste ou d'une source à en tirer profit* ».

Les attentats du 13 novembre 2015 et leurs suites ont mis en évidence l'existence d'un marché, voire d'un trafic, des vidéos amateurs. Cette pratique n'est pas nouvelle : les photographes et les cameramen professionnels arrivent inévitablement sur les lieux après les voisins et les témoins. Depuis longtemps, le travail premier des reporters de l'écrit ou de l'image est de recueillir des informations, des récits, des photos et des vidéos. La presse tabloïde anglaise a spécialisé cette démarche en un « journalisme de chéquier ». La nouveauté réside en ce que ces transactions se déroulent devant des caméras « discrètes » et indiscretes, qui les révèlent. Car reste la question : peut-on diffuser des images ou des témoignages ayant fait l'objet d'une rémunération ? Oui, dans des cas exceptionnels, s'il n'y a aucun autre moyen d'avoir ces éléments d'information et à la condition d'indiquer très clairement comment ils ont été obtenus.

Le recueil d'informations sur un événement sportif est en passe de devenir un privilège réservé à des journalistes et à des médias qui paient d'une manière ou d'une autre pour couvrir les événements. C'est particulièrement le cas dans le monde du football de haut niveau, dont les droits de retransmission sont parmi les plus élevés. Mais on retrouve les mêmes questions à propos des Jeux Olympiques ou pour d'autres sports dans d'autres pays, notamment le football américain et le baseball aux Etats-Unis. Au-delà de l'événement lui-même, les journalistes de la chaîne propriétaire des droits de retransmission jouissent d'un accès privilégié auprès des joueurs et des entraîneurs. Cela

---

<sup>19</sup> L'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) a pour but de mener toute action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine, dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité. <http://www.arpp-pub.org/>

<sup>20</sup> <http://www.odi.media/les-articles/linformation-nest-pas-monnayable/>

conduit à des incidents qui émaillent régulièrement les relations entre journalistes et sportifs. Un cas révélateur est le boycott pendant 10 jours par deux clubs de football, le PSG et l'OM, des journalistes de la chaîne détentrice des droits de diffusion de leurs matchs au motif qu'elle avait filmé des joueurs tenant des propos injurieux sur des arbitres sur le chemin du vestiaire (avril 2015). La volonté des clubs et des fédérations de maîtriser le plus possible leur communication rend le travail journalistique de plus en plus difficile.

La promotion, sous toutes ses formes, est le reflet de la perte du sens de l'information. Une grande chaîne de télévision fait la promotion d'un site dont elle est actionnaire (mars 2015). Le directeur de la rédaction d'un quotidien prend à partie des juges qui ont rendu un arrêt défavorable à l'aménagement d'un bâtiment dont le propriétaire est également celui de son journal (janvier 2015). Le directeur de la rédaction et un journaliste d'un magazine citent favorablement les entreprises de leurs futurs actionnaires (avril 2015). Un chroniqueur d'un quotidien rend compte du livre de son épouse sans qu'il soit fait mention de leurs liens matrimoniaux (février 2015). Les chroniqueurs ou les journalistes peuvent prendre position comme ils l'entendent : c'est la liberté d'expression et la liberté éditoriale. En revanche, ne pas mentionner les relations d'intérêts quand on prend une position, c'est tromper le public.

Des politiques abusent parfois de leur position de donneurs d'ordre ou de dispensateurs d'annonces. Un journal d'outre-mer et son site prennent fait et cause pour les projets du président de région, jusqu'à lui accorder de rédiger des articles.

Pour terminer sur ce sujet, rappelons l'article 10 de la loi n°86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse : « Tout article de publicité à présentation rédactionnelle doit être précédé de la mention « publicité » ou « communiqué »<sup>21</sup>.

### **3.6. Bidonnages, mise en scène, emballements, reprises, plagiats**

La télévision a besoin d'images ; sans images, elle peut au mieux faire de la radio ; c'est bien connu des journalistes, des chercheurs et même du public. Cependant, cette nécessité de l'image conduit parfois à des bidonnages et à des mises en scène. Des magazines de reportages abondent d'exemples où la mise en scène et la dramatisation sont les ressorts primordiaux de leur audience [Voir 2.1 -

---

<sup>21</sup> Loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse

*Article 10 Il est interdit à toute entreprise éditrice ou à l'un de ses collaborateurs de recevoir ou de se faire promettre une somme d'argent, ou tout autre avantage, aux fins de travestir en information de la publicité financière. Tout article de publicité à présentation rédactionnelle doit être précédé de la mention « publicité » ou « communiqué ».*

*Article 15 Seront punis de 6 000 euros d'amende :*

*1° Les présidents, les directeurs généraux, les administrateurs, les membres de directoires ou de conseils de surveillance, les gérants ou les dirigeants de fait de sociétés qui auront émis des actions au porteur en violation des dispositions de l'article 4 ci-dessus ;*

*2° Les dirigeants de toute entreprise éditrice qui n'auront pas fait procéder aux publications prévues aux articles 5 et 6 ci-dessus ;*

*3° Les directeurs de publication qui auront enfreint les dispositions du second alinéa de l'article 10 ci-dessus.*

*Article 16 En cas de condamnation pour l'une des infractions définies dans la présente loi, le tribunal pourra ordonner que sa décision soit, aux frais du condamné, insérée intégralement ou par extraits dans les publications de presse qu'il désigne et affichée dans les conditions prévues à l'article 131-35 du code pénal.*



Mises en scène]. Le téléspectateur est fondé à se demander si le recueil des images n'a pas été fait avec la complicité des acteurs mis en scène.

En février 2015, la poignée de mains entre Roger Cukierman et Dalil Boubakeur dans la cour de l'Élysée est mise en scène par les journalistes eux-mêmes. En termes de déontologie, ce n'est pas aux journalistes de suggérer des gestes ou des mots. Les pratiques qui étaient acceptées naguère, le temps d'une séance de pose où les photographes interpellaient leur sujet voire leur donnaient des indications, ne passent plus aujourd'hui quand les journalistes travaillent sous la lumière crue des réseaux sociaux et des décryptages. Ils doivent intégrer cette donnée dans leurs comportements.

La dramatisation par l'image et le montage (et parfois par le son) fait partie des moyens classiques de la scénarisation. Quand il est question de sujets sensibles, tels la délinquance dans les quartiers « difficiles » ou les menaces terroristes, elle doit être maniée avec parcimonie. En témoignent les sujets sur les quartiers et les banlieues (avril 2015) ou sur la stratégie du chaos liés aux attentats (novembre 2015).

Les emballements font partie du système médiatique. Ils ne sont pas récents, simplement la diffusion numérique accélère leur rythme de diffusion et d'obsolescence. On parle maintenant de « faire le buzz » et les communicants cherchent des « fenêtres de tir » entre deux buzz pour programmer les interventions de leurs clients. En novembre 2014, la chasse au tigre en Seine et Marne ; en décembre 2014, l'affaire de Joué les Tours ; en juillet 2015, l'altercation entre des jeunes filles dans un parc de Reims ; en décembre 2015, la « sextape » d'un footballeur. Tous ces exemples ont donné lieu à des emballements, certains entretenus et parfois même générés par des sites de la « fachosphère » ou des tweets d'élus.

Avec la multiplication des reprises, on flirte dangereusement avec le plagiat, le pillage et le droit de citation. Au nom de la curation et du journalisme de liens, exploiter le travail des autres est banalisé. Quand il ne s'agit que d'insérer un lien qui renvoie vers le site et l'article originaux, cela est un vecteur de diffusion bienvenu. La reprise partielle ou totale sans accord ni même citation de la source, la réécriture ou la remise en forme, voire la réappropriation d'un travail d'enquête ne sont pas acceptables et trompent le public au moins sur l'origine de ce qui lui est proposé. Ainsi, en décembre 2014, un article sur la surveillance des internautes par le gouvernement, publié par un hebdomadaire, se retrouve, plus ou moins transformé, dans un quotidien. En octobre 2015, un site d'enquêtes et de reportages publie une information selon laquelle des avions privés sont affrétés par le ministère de l'Intérieur pour emmener des migrants hors de la zone de Calais afin d'atténuer la pression. Les premières reprises citent le média, mais très vite, il n'est plus crédité ; certains journaux écrivent « *la presse fait état de...* », sans précision. En décembre 2015, un journaliste d'une chaîne d'information se plaint sur Facebook de ce que son travail a « inspiré » celui d'une autre chaîne et d'un quotidien. Le seul ajout éditorial est un travail de mise en forme original et une animation. Ce n'est sans doute pas du plagiat au sens juridique, mais en termes de confraternité, c'est limite. D'un autre côté, la reprise de ce travail le fait connaître d'un public qui n'aurait peut-être pas suivi un simple lien vers la chaîne d'origine.

## 4. Respect des personnes

Le respect des personnes passe par le respect de la vie privée et la protection de l'identité des témoins. La clef pour s'affranchir ou non du devoir de respect de la vie privée est sa mise en balance avec l'intérêt de cette information pour le public. Le respect des personnes s'exprime aussi dans le choix des mots et des images pour éviter les stigmatisations de catégories entières de la population, dans l'attention portée à ne pas abuser de la confiance des personnes interrogées et dans le souci de respecter la dignité des personnes citées qu'elles soient ou non identifiées.

### 4.1. Atteinte au respect des personnes par diffusion d'une fausse information

Le devoir de vérification de l'information s'impose aux journalistes tant pour informer correctement le public que pour éviter de porter à tort atteinte à la réputation des personnes concernées et de provoquer chez leurs proches des chocs émotionnels.

#### **Mauvaise plaisanterie sur la mort d'une personne non décédée<sup>22</sup>**

Le présentateur d'une émission de divertissement et de débat a annoncé en novembre 2014 la mort d'une présentatrice en riant aux éclats. La séquence a laissé entendre qu'il était impossible d'avoir des informations sur cette présentatrice, qu'elle appartenait à une ère révolue. Or, il s'avère que cette personne n'était pas décédée. L'attitude du présentateur et responsable de l'émission est doublement attentatoire au respect des personnes : au-delà du mépris que révélait un esprit de dérision mal placé, puisqu'il visait à se divertir de la mort d'une personne qui, de plus, ne faisait plus partie de la vie publique, l'absence de vérification sérieuse avant d'annoncer sa mort constituait une seconde faute déontologique.

#### **Accusation sans certitude**

La vérification de l'information aurait évité en novembre 2014 d'affirmer qu'un jeune français parti en Syrie était un des bourreaux filmés en action par Daech dans une vidéo de décapitation, ce que sa mère et sa grand-mère, déjà accablées par son départ, ont entendu en regardant la télévision, avant le démenti, quelques jours plus tard par d'autres sources. Le caractère ultra-sensible de ces informations exige des journalistes toutes les précautions quand bien même elles seraient affirmées par les pouvoirs publics.

#### **Diffusion par un journaliste d'un canular évoquant un crime au mépris de la réputation des personnes concernées**

L'animatrice Enora Malagré a été victime d'un mauvais canular en mars 2015. Un journaliste d'une radio nationale s'est empressé de tweeter une information de source policière sans la recouper : « *Le compagnon de l'animatrice Enora Malagré a appelé la police pour dire qu'il venait de poignarder la jeune femme* ». Dix minutes plus tard, le journaliste corrigeait l'information : « *La police a pu entrer dans l'appartement d'Enora Malagré. La jeune femme irait très bien .Elle aurait été victime d'un*

---

<sup>22</sup> L'ODI n'a pas vocation à se pencher sur les programmes de divertissement, qui sont régulés par le CSA. Toutefois, la multiplication des émissions d'infotainment, nous incite à analyser parfois des questions déontologiques qui relèvent de l'information dans ces émissions.



canular ». La mère de l'animatrice a cru pendant un quart d'heure que sa fille avait été poignardée. Même si l'information avait été exacte, le respect de la personne exigeait de s'assurer que la famille avait bien été prévenue avant de la diffuser. A notre connaissance, ni le journaliste ni sa radio ne se sont excusés.

Certains médias, comme l'AFP, se sont dotés de chartes spécifiques pour réguler le comportement de leurs journalistes sur les réseaux sociaux. D'autres envisagent de le faire. Cela apparaît de plus en plus une véritable nécessité.

## 4.2. Vie privée et intérêt général

### **Le respect de la vie privée est limité par l'intérêt général et le souci de l'information du public**

Les médias se doivent de respecter la vie privée dans le périmètre protégé par les personnes elles-mêmes. Si Gérard Depardieu choisit une plage déserte pour se promener avec une jeune fille, le respect de la vie privée exige qu'on respecte le secret de cette relation. Un magazine a été condamné pour avoir enfreint cette règle. Les attendus du jugement stipulaient que « *le journal (...) a porté atteinte à leur vie privée, dès lors que ces éléments ne concernent pas un sujet d'actualité ou d'intérêt général relevant d'une légitime information du public. [...] Il en est d'autant plus ainsi que les textes et images insistent sur le caractère "sauvage", désert et inhospitalier de la plage en question, justement choisie pour sa tranquillité attendue* ». Les médias conservent cependant une marge d'appréciation, quant au caractère légitime de l'information délivrée et quant au caractère privé de la vie personnelle d'un individu, dès lors que celui-ci est un personnage public.

La vie privée d'un journaliste peut-elle présenter un caractère d'intérêt général ? Sans répondre de façon générale à cette question, on ne peut reprocher à différents magazines d'avoir évoqué la grossesse d'une journaliste de télévision dans la mesure où l'intéressée avait elle-même donné une interview évoquant sa future maternité.

Si un homme politique n'a pas fait part publiquement de son homosexualité, un journaliste peut-il la révéler ? L'année 2014 a vu une affaire de cette nature concernant la vie privée d'un responsable du Front National qui a entretenu le débat. Les uns ont fait part de leur soutien à un organe de presse qui avait procédé à cette révélation, arguant qu'à l'heure d'internet la frontière de la vie privée avait évolué, et que la présence d'homosexuels dans les cadres du Front National était un sujet d'information intéressant pour un parti dont le programme maintient l'abrogation de la loi ouvrant le mariage aux homosexuels. D'autres au contraire ont critiqué une conception moraliste voire puritaine de l'information qui voudrait faire de la transparence en matière de mœurs la loi de la démocratie. La question reste sensible. Deux juridictions ont condamné le magazine. La nature sensationnaliste du reportage sur quatre pages indiquant le prix de la chambre et l'accès au sauna ont sans doute compté dans le jugement de première instance. La révélation de l'homosexualité d'une des personnalités majeures d'un parti politique peut justifier une atteinte à la vie privée, mais elle devrait rester sobre et informative. La révélation de l'identité de son compagnon qui, lui, ne participe pas à la vie publique, n'est en revanche pas justifiée par l'intérêt général. Il n'est pas certain que le vague floutage du visage ait été une mesure suffisante pour protéger son identité.

### **Les limites de la vie privée : révélation de l'identité d'un suicidé sur la voie publique**

Un hebdomadaire régional a publié en août 2015 un article sur le suicide d'un ancien poissonnier décrit comme une figure locale. Le TGI de Beauvais, saisi en référé par la famille du défunt, a

prononcé deux jours plus tard le retrait des kiosques des exemplaires du journal, au nom du respect de la vie privée. Une décision annulée dix jours plus tard par la Cour d'appel d'Amiens au nom de la liberté d'expression. L'hebdomadaire était-il allé trop loin ? Devait-il s'interdire de traiter d'un suicide survenu sur la voie publique, et concernant un personnage bien connu localement ? Evidemment non. A partir du moment où un événement s'est produit sur la voie publique, au vu et au su de tous, l'information doit être traitée. Il n'y a pas d'erreur factuelle dans l'article et le portrait de l'ancien poissonnier n'a rien d'offensant. D'autres journaux, dans un cas similaire, auraient peut-être fait le choix de ne pas publier l'identité du suicidé mais c'est une question d'appréciation et de ligne éditoriale qui relève de la liberté de chaque média.

### **4.3. Les exigences de la protection de l'identité des témoins**

#### **La nécessité d'un floutage complet**

La protection de l'identité des personnes doit être protégée de manière adéquate pour éviter des conséquences excessives à des témoins, notamment ceux à qui l'anonymat a été promis au moment de recueillir leur témoignage. En novembre 2015 dans le journal télévisé d'une chaîne, le floutage d'une personne et la modification de sa voix ont cessé au milieu d'un reportage. Incident technique ou erreur de manipulation dans l'urgence, les conséquences peuvent être dramatiques pour les personnes concernées.

Lorsque le floutage de l'environnement est défectueux, la diffusion d'un reportage peut déclencher dénonciation des voisins et interpellation policière. En novembre 2015 dans l'Ain, un magazine d'investigation a oublié que les rues et les maisons sont aussi reconnaissables pour leurs riverains que les visages des interviewés. Faute de floutage de ces images d'approche, des témoins de cette enquête sont identifiés et interpellés sur dénonciation de voisins qui ont reconnu leur quartier. Les chartes de déontologie rappellent que les journalistes ne doivent pas confondre leur métier avec celui de policier. La confiance du public dans les médias repose aussi sur cet engagement.

#### **Flouter pour protéger mais à condition d'expliquer**

La photo de Berenyss, la petite fille enlevée le 23 avril 2015 en Meurthe-et-Moselle, avait été largement diffusée dans le cadre de l'alerte enlèvement. Après que Berenyss a été retrouvée, la plupart des médias ont diffusé la photo en floutant son visage. Avec raison, puisque la loi sur la liberté de la presse interdit la diffusion d'informations « *permettant l'identification d'un mineur victime d'une infraction* ». Peut-être dans ces cas-là, faudrait-il expliquer au public ces traitements différenciés pour éviter d'inutiles et interminables supputations sur les réseaux sociaux.

#### **La diffusion de l'image d'un suspect menotté est attentatoire à sa dignité et à la présomption d'innocence malgré le floutage des menottes.**

Les images de l'auteur présumé de l'attaque contre le Thalys reliant Amsterdam à Paris, menotté et dont le nom a été cité, ont été diffusées sur une chaîne d'information en continu. La chaîne a reçu une mise en garde du parquet de Paris malgré le fait que les menottes étaient floutées. La loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881 et l'article 92 de la loi du 15 juin 2000 sur la protection de la présomption d'innocence interdisent en effet la diffusion des images de personnes non condamnées avec des menottes – même floutées (sauf autorisation des personnes mises en cause dans une procédure pénale). Menottes floutées ou pas, le lecteur comprend que les bras de l'homme ne sont pas libres. La chaîne de télévision est ici clairement passée outre cette interdiction en diffusant des

images qui, d'après la loi, peuvent porter atteinte à la dignité de la personne et à la présomption d'innocence. Les images du même les bras entravés par des liens de fortune à bord du train n'ont par contre pas entraîné de poursuites.

#### **4.4. Dénominations, dénonciations et stigmatisations**

Dans un climat de montée des xénophobies et des querelles identitaires, les journalistes doivent redoubler d'attention afin de ne pas exacerber les tensions. Le sensationnalisme et la recherche du buzz favorisent les raccourcis et l'utilisation des stéréotypes. Comme le rappelle la Fédération Internationale des Journalistes (FIJ) : « *Le journaliste prendra garde aux risques d'une discrimination propagée par les médias et s'efforcera d'éviter de faciliter une telle discrimination, fondée notamment sur la race, le sexe, les mœurs sexuelles, la langue, la religion, les opinions politiques et autres et l'origine nationale ou sociale.* »

Cela a pu être ressenti par les Corses, suite à un article les présentant, voire les dénonçant comme des « *privilegiés de la République* », par les musulmans, à travers les « unes » d'hebdomadaires présentant l'Islam comme une religion nocive et incompatible avec la République et la société française. Les facilités éditoriales qui conduisent à traiter régulièrement les quartiers populaires sous l'angle de la délinquance, en présentant comme de « nouveaux ghettos » un amalgame décomplexé associant images d'intégristes musulmans, de femmes voilées, d'adolescents sans repères et de trafics de drogue ou d'armes à feu, propagent une vision misérabiliste des quartiers populaires, et favorisent une conception stigmatisante des musulmans. Ces reportages sont reçus par les populations de ces quartiers comme une confirmation de leur mise au ban de la République, comme une caricature qui vient aggraver leur situation, au final comme un manque de respect pour des citoyens qui auraient droit à un juste traitement médiatique. [voir les autres problèmes déontologiques que pose une telle approche, 2.11 Amalgames et partis pris et 3.6 Bidonnages].

##### **Une « une » raciste envers « les Gitans »**

« *A quoi servent les Gitans de Perpignan ?* » titre un journal régional, en « une » de son édition locale (août 2015). L'hebdomadaire entendait revenir, dans un dossier de trois pages, sur les émeutes ayant secoué la ville en 2005, sur fond de tensions entre les « communautés » gitanes et maghrébines. Le choix de la question choc pour la « une » du journal pose problème, elle est clairement négative à l'égard des personnes gitanes. Une plainte pour discrimination a été déposée quelques jours plus tard par une association gitane de la ville. Il n'est pas inutile de préciser les conditions de fabrication de ce numéro, réalisé par un « responsable d'édition » basé au siège de la maison d'édition, alors que la quasi-totalité des correspondants de l'édition étaient en grève depuis plusieurs semaines et qu'ils se sont désolidarisés sur les réseaux sociaux de cette « une » « raciste et xénophobe ». La direction a reconnu le caractère provocateur de sa « une », dans une volonté de « *relancer le journal* », en proie à d'importantes difficultés.

##### **Quand la stigmatisation des personnes d'origine étrangère se manifeste dans les questions posées à une ministre du gouvernement**

Sur une radio nationale en septembre 2015, dans un entretien avec la nouvelle ministre du travail, un journaliste a posé à deux reprises des questions relatives à ses origines marocaines et à son patronyme : « *Vous dites, je suis Marocaine par mon père. Ça donne quel trait de caractère?* », « *Vous avez décidé de faire carrière sous votre nom de jeune fille alors que vous auriez pu vous présenter*

*avec votre nom de femme mariée. Votre mari est un Bordelais pur sucre. Pourquoi ? Parce que c'est important de montrer qu'en France quand on s'appelle El Khomri, on peut réussir tout aussi bien que, je ne sais pas moi, Marceline Dupont ?* » L'angle retenu par le journaliste, sans rapport avec ses responsabilités en tant que ministre du Travail, réduit la ministre à ses origines issues de la « diversité ». Une attitude qui peut être considérée comme blessante par tous les Français et Françaises descendants d'immigrés qui se voient renvoyés en permanence à leurs origines au lieu d'être interrogés sur leurs compétences. La seconde question reprend une formulation discriminatoire qui vient banaliser la xénophobie.

### **Sexisme et utilisation du prénom pour les femmes politiques**

Il ne s'agit pas de connivence, mais plus d'une forme de condescendance, illustration d'un sexisme ordinaire dans la société, reproduit tel quel par la sphère médiatique. Ainsi, là où on parlait d'Arlette, on n'a jamais dit Olivier (mais plutôt « le facteur ») ; Marine mais pas Jean-Marie, Marion mais pas Gilbert (Collard). Il y a aussi Carla, Rachida, Fadela, Najat, Ségolène, Roselyne, Marisol... Il faut que le prénom sorte un peu de l'ordinaire pour avoir droit à ce traitement de faveur dans les médias : pas de Nathalie, Valérie, Chantal, Cécile... La femme politique n'est donc pas un homme politique comme les autres. Difficile de dire si cette « pratique » paternaliste et misogyne porte préjudice aux femmes qui en sont victimes. Dans le cas de Marine Le Pen, elle semble même l'encourager puisqu'elle utilise son prénom comme étendard de rassemblement. L'utilisation du prénom pour désigner une femme politique est un révélateur. La lutte contre les stéréotypes n'est pas terminée. Les journalistes doivent être plus attentifs à cette question.

### **Sexisme ou non-respect de la parité ?**

Le 15 mars 2015, l'ex-ministre et représentante d'Europe-Ecologie-Les Verts Cécile Duflot a été coupée plus de 140 fois en 42 minutes d'antenne, lors du « Grand rendez-vous » Europe 1 – Le Monde – I-Télé. EELV a saisi le CSA pour se plaindre d'un prétendu traitement inéquitable à l'égard de Cécile Duflot, de la part d'un trio d'intervieweurs 100% masculin. Le CSA a répondu en regrettant l'absence de parité parmi les journalistes de l'émission, rappelant que la « *juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication audiovisuelle figure parmi les missions du Conseil* » depuis la loi du 4 août 2014 relative à l'égalité réelle entre les femmes et les hommes. Aucun manquement relevé en termes d'impartialité. Le respect d'une parité entre les intervieweurs aurait sans doute permis d'éviter que l'entretien ne diffuse un sentiment de coalition masculine.

### **Stigmatisation des homosexuels par des questions déplacées sur leur sexualité**

Dans une émission d'information sur une chaîne nationale (septembre 2015), Gareth Thomas, un rugbyman anglais homosexuel s'est vu poser la question suivante : « *Le rugby est un sport de contact. Il y a les vestiaires. Il y a des douches... Comment vous vous débrouillez justement avec vos pulsions homosexuelles et ce rapport très intime que vous aviez avec vos joueurs ?* » Avec cette question laissant entendre que les personnes homosexuelles auraient de manière générale des « pulsions » incompressibles, le journaliste a fait preuve d'un manque de professionnalisme évident. Les sous-entendus contenus dans cette question sont blessants voire insultants pour les homosexuels et les sportifs en général. La question posée peut être considérée comme encourageant les discriminations homophobes.

## 4.5. Respect et protection des personnes vulnérables filmées et de leur dignité

### Images d'agression et respect de la dignité de la personne

Dix clichés, d'une extrême violence, montraient le lynchage d'un immigré mozambicain dans un township de Johannesburg, le 23 avril 2015. Le migrant est décédé des suites de l'agression. Les images ont fait le tour du monde. Elles ont créé un électrochoc en Afrique du sud, sur la question des violences xénophobes, et fait polémique sur deux thèmes : le photojournaliste aurait-il dû lâcher son appareil photo et intervenir ? Fallait-il diffuser ces images ? Sur la première question, les deux journalistes ont expliqué être intervenus après l'agression qui n'a duré que quelques secondes, en aidant les témoins à chercher, en vain, un médecin. Pour la seconde question, c'est un débat qui rejoint celui de la diffusion des photos du petit Aylan. Dans les deux cas, la valeur informative et la charge émotionnelle de ces images sont évidentes. Pour Johannesburg, la puissance visuelle des photos, et l'émotion qu'elles véhiculent, passent au-dessus de l'éventuel préjudice causé à la victime en matière de respect de la vie privée. Mais le respect de la dignité doit être le même qu'il s'agisse d'une personne vivant en France ou à l'étranger. Par respect pour cette personne, et pour le public, tout média ayant fait le choix de diffuser ces images, devrait au minimum avertir le public de leur caractère très violent et expliquer son choix.

### Diffusion d'images prises dans une chambre d'hôpital sans le consentement de la famille

Le CSA a été saisi le 10 juin 2015, après la diffusion à la télévision d'extraits d'une vidéo enregistrée par un particulier, montrant Vincent Lambert dans sa chambre d'hôpital, les images étant floutées par certaines chaînes, pas par d'autres. Tétraplégique, dans un état végétatif depuis 2008, Vincent Lambert se trouve au cœur d'un débat sur la fin de vie qui dépasse son histoire personnelle.

Le CSA a mis en garde BFMTV, LCI, M6 et TF1 considérant que la diffusion de ces images de Vincent Lambert sans consentement préalable et sans floutage, constituait « une atteinte à l'intimité de sa vie privée et à son image ». Le CSA a également adressé un « courrier » à Canal +, France 2, France 3 et iTELE - qui avaient flouté son visage - « en leur rappelant que la diffusion de telles images sans consentement préalable était de nature à porter atteinte à l'intimité de la vie privée ». Première observation : la distinction du CSA sur le floutage ou non des images est incompréhensible dans le cas de Vincent Lambert, devenu personnage public malgré lui depuis longtemps. Les images non floutées de Vincent Lambert ne sont pas à ce point dégradantes qu'elles justifieraient une autocensure ou une interdiction de diffusion, dans la mesure où le public est bien informé qu'il s'agit d'un patient tétraplégique.

La question posée par la diffusion de ces images est celle de l'absence de consentement préalable. Toute rédaction peut se passer de ce « consentement » si la diffusion de cette vidéo répond à un impératif d'information sur un sujet d'intérêt général et permet d'éclairer le sujet. C'est l'intérêt du public à être informé qui doit primer.

Dans le cas présent, la vidéo mise en ligne par un « comité de soutien », montrant le visage de Vincent Lambert semblant réagir à la voix de sa mère diffusée sur un téléphone portable collé à son visage, avait pour objectif de démontrer que le patient n'était « pas en fin de vie ». Du fait de l'origine de ces images, il n'y a parfois qu'un pas entre émotion et manipulation. Sans s'interdire de les diffuser, il aurait fallu systématiquement sourcer la vidéo et re-contextualiser le sujet, pour éviter

de favoriser une manipulation de l'opinion. Cela n'a pas été le cas sur toutes les chaînes. La presse écrite a aussi parfois manqué de retenue comme cet hebdo de télévision qui a titré « *Vincent Lambert au téléphone avec sa mère* ».

### **Le choix du lieu d'un drame comme décor d'un sujet d'information : le non-respect des victimes**

L'accident d'hélicoptère qui a coûté la vie à plusieurs sportifs de renom participant à un jeu télévisé a donné lieu à un épisode particulièrement indélicat. Un duplex en direct avec le présentateur du jeu dans le journal télévisé de 20 heures, devant les carcasses encore fumantes des hélicoptères. Cette image a choqué des téléspectateurs.

La chaîne était dans cette affaire à la fois juge et partie et on ne savait plus très bien si le présentateur du jeu était interviewé en qualité de témoin, de victime ou de journaliste. La direction de la chaîne a tenté de se justifier en disant qu'elle a eu recours à un sous-traitant local (pour les images) qui avait son camion-régie déjà installé. Excuse un peu légère puisque rien n'empêchait de tourner la caméra dans une autre direction voire de se passer d'images et de prendre le présentateur au téléphone.

### **Le respect des témoins exclut la dissimulation de la qualité de journaliste**

Les chartes d'éthique professionnelle des journalistes proscrirent tout moyen déloyal pour obtenir une information sauf si sa sécurité, celle de ses sources ou la gravité des faits, l'obligent à taire sa qualité de journaliste. En novembre 2015, le maire du 11<sup>ème</sup> arrondissement a été choqué que des journalistes dissimulent leur identité de journalistes et se fassent passer pour des victimes afin d'aborder des victimes et de recueillir à chaud leur témoignage. Certaines victimes ont pu se sentir trahies et blessées en apprenant que la personne à qui elles s'étaient confiées en toute franchise n'était pas celle qu'ils croyaient. Certaines victimes n'auraient sans doute pas voulu parler de ce qu'elles avaient vécu à un professionnel de l'information.

### **Le respect des témoins impose aux journalistes de ne pas abuser de la vulnérabilité des personnes**

Lors d'un sujet consacré à l'assaut des forces de l'ordre à Saint-Denis en novembre 2015 réalisé dans le cadre du journal télévisé d'une chaîne, a été diffusé le témoignage d'un passant, qui indique à visage découvert avoir croisé dans la rue la cousine d'Abdelhamid Abaoud. Le témoin n'était peut-être pas conscient du risque encouru et son anonymat aurait pu sans doute être mieux protégé. Les journalistes ont une responsabilité vis-à-vis des personnes interviewées qu'elles doivent prévenir, voire protéger, en les informant des conséquences de la diffusion de leurs propos. Cela ne s'applique évidemment pas aux responsables politiques, cadres d'entreprise et autres professionnels de la communication, mais aux citoyens qui n'ont pas l'habitude de côtoyer des médias. Les journalistes ne devraient pas se permettre de profiter de la vulnérabilité des personnes pour obtenir des informations.

## 5. Relations avec les sources

Un rappel : le journaliste doit garder recul et distance avec ses sources d'information, et éviter d'instaurer avec elles toute connivence ou dépendance, qu'il les sollicite ou qu'elles se présentent à lui. Il respecte le secret à l'égard des personnes qui l'ont informé confidentiellement et veille à les protéger. L'origine des informations publiées doit être clairement indiquée – sauf nécessité de protéger la source. Le recours à l'anonymat n'est acceptable que lorsqu'il sert le droit du public à être informé. Le journaliste ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge. Il n'est pas un agent de renseignements.

### 5.1. Les difficiles relations du monde politique et des journalistes

Qu'ils soient de droite ou de gauche, certains politiques supportent mal les journalistes et leurs questions. Depuis le précédent rapport de l'ODI, on relève de très nombreux exemples de comportements agressifs, voire violents, envers des professionnels qui cherchaient simplement à s'informer et à informer.

C'est ainsi qu'en octobre 2014 sur une chaîne d'information continue, Bernard Tapie a refusé de répondre à la journaliste qui l'interrogeait sur les poursuites le concernant, la traitant avec mépris. Avec sang-froid, celle-ci a mis fin à cette fausse interview puis le lendemain a raconté qu'avant l'émission, elle avait entendu l'homme d'affaires hurler des insultes pour la déstabiliser. Bernard Tapie a ensuite prétendu avoir refusé de répondre sous prétexte qu'elle ne maîtrisait pas le dossier. N'est-ce pas plutôt parce qu'elle le maîtrisait ? Il a également affirmé être tenu par le secret de l'instruction. Or le prévenu n'est justement pas tenu au secret de l'instruction et Bernard Tapie ne peut l'ignorer.

En février 2015, Jean-Luc Mélenchon s'en prend à un journaliste d'un quotidien qui avait souligné dans un article les contradictions du leader du Parti de gauche sur la question du soutien à la motion de censure. L'homme politique n'a pas critiqué le fond de l'article, mais a mis en cause les qualités professionnelles du journaliste, se livrant ainsi à une attaque personnelle.

Les relations des médias avec le Front national sont ponctuées par une succession d'accrochages verbaux qui ont parfois dégénéré en agressions physiques et menaces de mort. En février un proche de Marine Le Pen menace une journaliste d'un site d'information en continu qui menait une enquête sur les aspects obscurs du financement du parti : « *je vais te tuer (...) je vais t'attendre en bas de chez toi* ». Ce site est par ailleurs depuis longtemps mis à l'index par ce parti. Sa société des journalistes a publié un communiqué condamnant cette « *agression inadmissible* ». A la veille des élections régionales, Marine le Pen menace *La Voix du Nord* de lui couper ses subventions si elle est élue à la suite d'un article à la « une » du journal qui mettait en avant les dangers du vote FN.

Selon une tactique bien connue et éprouvée, le FN se présente souvent comme victime des médias. C'est ainsi que Marine le Pen en mars 2015 lors de la campagne électorale s'est plainte auprès du CSA du traitement déséquilibré de son parti dans les médias audiovisuels et du fait qu'on le diffamerait et le critiquerait « *de façon tout à fait non contradictoire* ». Le CSA a indiqué à Madame Le Pen que si elle estimait que les propos tenus au cours de l'émission comportaient un caractère injurieux ou diffamatoire à l'encontre du Front national, il lui appartenait de saisir la juridiction judiciaire.



Le 1<sup>er</sup> mai 2015, le FN franchit un nouveau palier, puisque plusieurs journalistes de télévision ont été agressés physiquement par des militants et par Bruno Gollnisch, membre du bureau politique du Front national. Frappés au dos et à la nuque, ils ont dû être exfiltrés par le service d'ordre. Il y eut aussi ces images du même Bruno Gollnisch assénant des coups de parapluie sur un micro perche d'une chaîne de télévision, estimant qu'il « *s'agissait d'une violation de la vie privée* » et ajoutant un peu plus tard « *je n'ai aucune espèce de remords* ».

C'est encore un micro qui posera problème au FN lors de la remise du trophée de « *l'élu local de l'année* » à Steeve Briois, maire d'Hénin-Beaumont, dont les amis s'énerveront en le découvrant. A la lumière de ces cas, il semble que, pour le FN, les journalistes sont une source d'ennuis et qu'il faut les décourager. Lors d'un meeting en décembre, un technicien chargé du son avoue qu'on lui a demandé de le mettre à tue-tête pour empêcher les journalistes de réaliser des interviews dans le public.

De son côté, Rachida Dati a qualifié des journalistes de « *petits merdeux* » pour avoir révélé certaines observations de la Cour des comptes la concernant, ou visant son ministère. Elle dénonce « *une cabale politique* » en des termes peu amènes. Plutôt que d'insulter ses interlocuteurs, Rachida Dati aurait pu exercer son droit de réponse. Les conditions juridiques étaient remplies (Article 13 L 1881) du fait que l'information donnée n'était pas exacte. La Cour des comptes, en effet, ne s'en prenait pas à la ministre mais à ceux qui, au sein du ministère, avaient mal qualifié certaines dépenses.

En région aussi, les journalistes subissent des pressions de la part du personnel politique, sans doute plus menaçantes pour eux en raison des liens de proximité géographique.

Robert Ménard qui s'est battu pendant des années pour une totale liberté d'expression (n'en reconnaissant même pas les limites juridiques) se croit maintenant autorisé à demander au PDG d'un journal régional de censurer un de ses journalistes. Le PDG a retiré l'article, se justifiant par la crainte d'un nouveau procès, en réalité non fondée en l'absence d'imputations diffamatoires. Mandatés par le club de la presse Languedoc-Roussillon pour calmer le jeu, deux journalistes ont été éjectés en sept minutes par le maire de Béziers qui a qualifié les journalistes locaux de « *tocards* », les médias régionaux de « *sous-presse* » et le quotidien directement en cause de « *journal de merde* ».

Toujours dans l'Hérault, René Révol, maire de Grabels, appartenant au Parti de gauche, a annoncé en février 2015 son intention d'attaquer civilement en diffamation et de porter plainte pour dénonciation calomnieuse contre un modeste journal en ligne (300 abonnés et deux journalistes). Ce journal avait mis en cause, enquête à l'appui, les relations entre cet élu et un entrepreneur du bâtiment. Le directeur de la publication a indiqué que ces poursuites judiciaires, quelle qu'en soit l'issue, pouvaient remettre en cause l'équilibre financier de son activité et représenter ainsi un moyen de pression. Poursuivre un journal, peut effectivement - dans certaines circonstances - représenter une sorte de chantage financier.

Autres exemples : en janvier 2015 la députée-maire de Sens a fait interdire l'accès à sa conférence de presse à un bihebdomadaire local qu'elle n'appréciait pas. Le journal porta plainte pour « *entrave à la liberté de la presse et à l'exercice de la profession de journaliste* ». A défaut d'infraction, la plainte a été classée. L'élue ne contestait d'ailleurs pas les faits mais elle estimait que la presse locale se devait « *aussi d'être un peu partenaire* », confondant ainsi information et communication. « *Ça suffit !* » a titré le journal.

A Cholet, le maire Gilles Bourdoux entretient des relations difficiles avec les journalistes. Depuis l'été 2013, il se refuse à leur parler. En mars 2015, il qualifie une journaliste d'un quotidien national de « *petite pétasse* ». Il y a quelques mois, il annonce son intention de poursuivre un journal régional qui avait enregistré et reproduit ses propos haineux contre les gens du voyage, propos pour lesquels il avait été condamné en août 2014 avant que la Cour de cassation n'annule cette décision le 15 décembre 2015 au motif que les propos en question n'étaient pas destinés à être rendus publics. Ce qui pose un problème pour les journalistes en droit de considérer que tout propos entendu publiquement est une information.

A Bourges, le maire Pascal Blanc mécontent du traitement de l'actualité municipale par le seul quotidien régional présent dans le paysage médiatique local n'a plus invité la rédaction aux manifestations et activités municipales pendant quelques mois (fin 2015-début 2016). Il a privilégié la communication sur les supports municipaux (magazines papier et sites web). Durant la période concernée, la rédaction a continué d'informer en se passant du canal officiel. Le maire a finalement levé cet ostracisme, sans commentaire particulier et sans le claironner.

En Outre-mer, aussi, les journalistes ont souvent des difficultés à exercer sans pression leur profession. En Guyane, le député-maire de Matoury, Gabriel Serville, s'en est pris publiquement sur les ondes de deux radios locales en octobre 2015 à un journaliste d'un quotidien régional, critiquant un article qui lui avait déplu sur une réunion publique qui s'était tenue la veille. Dès le lendemain l'élu avait largement diffusé un appel tonitruant sur les réseaux sociaux : « *La guerre est déclarée !* » Et d'inviter ses partisans à se joindre à lui le lendemain, au siège du journal, pour « *exiger réparation* ». Faut-il rappeler que la responsabilité d'un député est de contribuer à l'exercice de la liberté d'expression et à assurer la sécurité des journalistes plutôt que de les mettre en danger ?

A la Réunion, deux semaines plus tard, mêmes causes de mécontentement d'un élu, même contexte de campagne électorale et mêmes effets à l'encontre d'un journaliste. Un rédacteur d'un journal de l'île a été victime d'une agression lors d'un rassemblement initié par le maire de la Plaine-des-Palmistes.

## 5.2. Procès abusif

Une journaliste spécialiste du développement durable est poursuivie par la société Bolloré SA pour « diffamation publique envers un particulier », parce qu'elle a relayé dans sa revue de presse électronique un article dénonçant le pillage et l'accaparement des terres dans le tiers-monde par des sociétés françaises. N'étant pas l'auteur de l'article, ne l'ayant pas publié, mais ayant seulement posté un lien, elle sera sans doute relaxée (sinon il faudrait aussi traduire en justice Google, Facebook et Twitter, qui ont relayé cet article). Le jugement était en délibéré fin février. Mais ce procès abusif entraîne de lourds frais d'avocat et de justice, qui seront peut-être compensés, seulement après jugement, si la société est condamnée aux dépens. Pression par le portefeuille. Plus généralement, l'ODI dénonce la tentation de manipuler la justice pour bâillonner, intimider ou discréditer les journalistes révélant ou relayant des informations ou exprimant des opinions, par une multiplication de poursuites en diffamation abusives. Cette pratique délétère vise aussi les sources des journalistes, essentielles à la liberté de l'information, en particulier les lanceurs d'alerte<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Voir : <https://deontofi.com/halte-aux-mensonges-et-proces-abusifs-qui-faussent-linformation-du-public/>

### 5.3. Violence physiques et entraves

L'entraîneur du Rodez Aveyron Football, en février 2015, a sauté à la gorge d'un journaliste local à l'issue d'un match après l'avoir menacé parce que celui-ci, dans une interview, avait demandé au directeur du club s'il maintenait sa confiance au dit entraîneur. La direction, la rédaction en chef du journal et le SNJ ont soutenu ce journaliste. Les responsables du club ont éloigné un temps des terrains l'entraîneur puis lui ont confié d'autres responsabilités.

Il arrive que les journalistes soient la cible de groupes de pression issus de la société civile. En juillet 2015 deux journalistes de télévision qui rendaient compte d'un procès à Bastia, ont été agressés par un proche d'un prévenu. L'un d'eux a dû être hospitalisé, et leurs agresseurs ont été condamnés quelques jours plus tard en comparution immédiate à de la prison ferme.

A Roye dans la Somme, au mois d'août 2015, après un tragique fait divers qui avait fait quatre victimes, plusieurs journalistes de radio et de télévision qui couvraient l'événement ont été violemment pris à parti, pourchassés et frappés par la foule alors qu'ils ne faisaient que leur métier. Leurs agresseurs ont été condamnés en novembre à 6 et 8 mois de prison avec sursis.

Dans les Landes en novembre 2015, des journalistes qui accompagnaient des membres de la Ligue de protection des animaux ont subi des insultes et des violences. A leur corps défendant, les journalistes risquent parfois d'être assimilés à ceux dont ils couvrent l'activité. Ce fut le cas lors de l'inauguration d'une exposition à Paris pendant la COP21 où des journalistes ont été expulsés par la police aussi violemment que des militants écologistes venus manifester.

En décembre 2015, un journaliste d'agence filme dans la « jungle » de Calais les actions entamées par des migrants pour parvenir en Angleterre et les forces de police qui tentent de les en empêcher. Ce n'est pas la première fois que des tensions se manifestent entre journalistes couvrant la situation à Calais et forces de l'ordre. Cette fois, un CRS arrache sa caméra et enlève la carte mémoire de l'appareil. Le journaliste a porté plainte ; après enquête de l'IGPN et confrontation, l'affaire est classée sans suite par le procureur. Le journaliste a de nouveau porté plainte pour atteinte à la protection du secret de ses sources. Il ne faudrait pas que l'état d'urgence et les préoccupations sécuritaires donnent à certains membres des forces de l'ordre un sentiment d'impunité.

### 5.4. Le « off »

La pratique du « off » fera l'objet, en septembre 2016, d'une réunion commune entre l'ODI et les Entretiens de l'info. Elle a fait parler d'elle notamment à propos de l'entretien que le secrétaire général de la présidence de la République a accordé à des journalistes (novembre 2014). De même, l'utilisation de propos « off » d'un ministre a alimenté les questionnements sur cette pratique (septembre 2015). Rappelons qu'un journaliste qui se déclare comme tel lors d'un entretien n'est pas soumis au secret professionnel ou au devoir de réserve.

Le « off » n'est pas condamnable en soi. Cette pratique, née durant la première guerre mondiale pour organiser les contacts entre les états-majors anglo-saxons et les journalistes, permet aux journalistes de prendre connaissance de faits ou du contexte d'un sujet auprès d'une source qui souhaite demeurer anonyme. Elle permet aussi à cette source de faire circuler une information sans être identifiée. Sans le « off » beaucoup d'informations sensibles ne seraient jamais rendues publiques. Un journaliste qui lève l'anonymat d'un contact est un journaliste qui se prive de ses

sources et donc d'informations. Mais l'abus du « off » conduit le journalisme à être l'objet de manipulation voire à tomber dans la connivence.

### **5.5. Les journalistes ne servent pas la communication**

En octobre 2014, la déprogrammation dans un magazine régional d'une interview de François Rebsamen, maire et ministre, au prétexte qu'elle n'avait pas été relue par ses services pose la question des relations entre la personne interrogée et le journaliste et donc le public. De plus en plus de personnalités politiques demandent à leur service de communication de relire la copie avant impression. C'est ainsi que le lecteur pourrait n'avoir à connaître qu'une version édulcorée si les rédactions cèdent à cette exigence.

Choisir « ses » journalistes est une tentation pour les milieux économiques et politiques. En novembre 2014, une journaliste travaillant dans un journal spécialisé agricole se voit interdire d'assister à une session de la Chambre d'agriculture de la Sarthe qui argue que ce média n'est pas un journal départemental. Le président de la Chambre d'agriculture s'estime en droit « d'inviter ou non » qui il souhaite.

### **5.6. Protection des sources défectueuse**

Plusieurs cas de personnes mal floutées, avec une voix mal ou non transformée ou encore filmées dans un cadre reconnaissable, sont à déplorer. Cela rappelle l'importance de ne jamais exposer ses sources à une possible indetification. Il faut tenir compte d'un paramètre de plus en plus banal : les journaux télévisés et les magazines de reportage peuvent être revus en replay autant de fois que le spectateur le souhaite et il est possible d'arrêter l'image pour mieux la situer.

Sur une chaîne privée, il a ainsi été d'autant plus aisé de reconnaître les rues d'une petite commune, lors de la diffusion d'une enquête, ce qui a permis d'identifier des personnes interviewées ensuite interpellées sur dénonciation de voisins ayant reconnu leur quartier. Dans le contexte actuel anti-terroriste, la dénonciation « spontanée » peut se nourrir d'erreurs éthiques lourdes de conséquence.

### **5.7. Info, publicité, conflits d'intérêts et ménages**

Les conflits d'intérêts sont polymorphes et souvent insidieux. Quelques exemples : fin 2014, après l'accident ferroviaire de Brétigny-sur-Orge, Guillaume Pépy est interviewé sur la radio de la SNCF où il donne son point de vue et change rapidement de sujet pour faire la promotion de la SNCF. Il est interrogé par un journaliste d'une chaîne de télévision qui, en l'occurrence, fait un « ménage ». Celui-ci est de nature à le discréditer lorsqu'il traite sur la chaîne qui l'emploie régulièrement de problèmes sociaux.

La publicité clandestine si vilipendée naguère n'a pas disparu des écrans ou des journaux. On peut ainsi s'interroger sur le choix systématique d'un même château dans la Vienne par France 3 à plusieurs reprises pour illustrer des thèmes différents (sauf à penser qu'il s'agit d'une solution de facilité). Ou encore se demander avec la SDJ d'un mensuel scientifique si le dossier spécial seniors « mieux vieillir » publié en février 2015 dans le journal, introduit par un éditorial de la directrice de la rédaction et coordonné par une agence extérieure, est le fruit d'une enquête ou tout simplement de la publicité déguisée. Même question concernant un article d'un quotidien qui publie en juin un supplément de 8 pages consacré à une entreprise de diffusion de vidéos en flux continu sur Internet entretenant volontairement une confusion entre information et publicité, y compris dans la

maquette et la place du cahier dans le journal. Pas d'indication qu'il s'agit de « publicité » ou de « communiqué », ce qui est pourtant le cas. Ajoutons que parfois les journalistes font volontairement ou non la publicité pour un produit, comme ce chroniqueur sportif qui évoque l'effet « Kiss cool » pour illustrer « la fraîcheur » retrouvée par un cycliste du tour de France passant la ligne d'arrivée.

## 6. Initiatives positives

Du dernier trimestre 2014 à fin 2015, l'ODI a collecté de très nombreuses informations sur les initiatives qui témoignent de la prise en compte de la déontologie de l'information par les médias et les journalistes professionnels, ainsi que de l'intérêt des citoyens et de leurs représentants. Des initiatives nombreuses mais en ordre dispersé. Nous les avons classées en sept chapitres : apports divers à la réflexion sur la déontologie (articles, sites, émissions, publications, livres, films, séminaires de recherche...) ; débats publics (en particulier les Assises du journalisme et les actions initiées par des membres de l'ODI) ; actions des pouvoirs publics (ministère de la Culture et de la Communication, parlementaires...) ; actions des médias et des journalistes (tout ce qui met en valeur la mise en pratique de la déontologie dans la profession) ; reconnaître ses erreurs et se réformer (en prenant en compte les réactions du public) ; éducation aux médias (avec l'aide des professionnels, dans et hors des établissements scolaires) ; suites positives des événements de janvier 2015, présentées lors des Assises spéciales du journalisme, le 13 mars 2015.

Quels enseignements nous livre l'examen de cette recension ? Soulignons-en quatre.

**Liberté de l'information, le socle.** Les événements dramatiques qui ont touché la France en 2015 ont remis en pleine lumière l'impérieuse nécessité de faire reposer toute déontologie de l'information sur la plus grande liberté d'expression et d'information. La réaction populaire a démontré l'attachement profond des citoyens à cette liberté fondamentale. Il faudra suivre, cependant, les limitations adoptées ou proposées par les gouvernants, en France et en Europe, à la liberté d'informer et au travail des journalistes et des dirigeants de média.

**Une préoccupation déontologique davantage présente dans les médias.** Qu'il s'agisse des directions, des hiérarchies rédactionnelles ou des journalistes, on a le sentiment, au vu des multiples initiatives prises à divers niveaux dans les médias, que le respect du public et l'attention portée aux règles de bonne pratique est en progression. Et que le débat s'installe peu à peu au sein des rédactions. Les journalistes, comme les responsables, ne peuvent plus ignorer les dérapages, ils sont sous la pression croissante des commentaires des internautes et des réactions des réseaux sociaux. A eux de faire la (bonne) part des choses. Un indice de cette prise de conscience : on rechigne moins que dans le passé à rectifier une erreur et à présenter des excuses à son public. Et les médias professionnels commencent à comprendre, avec le fact-checking par exemple, qu'ils sont les mieux placés pour lutter contre la désinformation et ramener vers eux le public égaré et mécontent.

Pour autant, on est bien loin d'avoir fait collectivement le nécessaire pour que le public soit convaincu qu'il a été globalement entendu. Toutes ces initiatives sont prises en ordre dispersé, selon le bon vouloir des dirigeants de médias ou des hiérarchies rédactionnelles ; aucune concertation large sur ces sujets n'a été menée dans un esprit constructif, seules les chaînes audiovisuelles sanctionnées par le CSA pour leur couverture des événements de janvier ont fait (pour la plupart) cause commune ; et maintes structures patronales continuent de jouer le chacun pour soi, au mépris de la réalité bien installée maintenant d'un « système médiatique » interconnecté.

Il y a en outre un déficit « d'information sur l'information » en direction des publics, malgré les rubriques et émissions spécialisées « médias ». Le sujet intéresse beaucoup moins que l'aspect économique, la concurrence et le star-system. Il y a trop peu d'articles, d'interviews et de talk-shows qui abordent franchement et de façon approfondie ce sujet. Comme si une sorte de tabou pesait, au

nom du vieil adage « je te laisse tranquille, fais-en de même ». Attitude qui est complètement dépassée à l'heure du réseau mondial de communication.

**Une ministre convaincue, mais jusqu'où ?** D'octobre 2014 (Assises du journalisme à Metz) à juin 2015 (déclaration publique) Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, a pris parti en faveur d'un donnant/donnant déontologique. Suite au rapport de Marie Sirinelli de février 2014, elle s'est montrée convaincue qu'il fallait avancer vers une structure indépendante de déontologie de l'information, associant la profession et des représentants du public. S'appuyer sur l'ODI lui a semblé être une solution raisonnable. Et elle a laissé entendre que certaines des aides publiques à la presse pourraient être conditionnées par des actions volontaires en matière de déontologie. Ainsi, en Belgique francophone, les aides aux quotidiens sont conditionnées depuis 2009 à l'adhésion des journaux, via leurs fédérations syndicales, au Conseil de déontologie journalistique.

**Un nouveau départ pour l'éducation aux médias.** L'attaque contre *Charlie Hebdo* a eu une conséquence qui n'a certainement pas effleuré l'esprit des assaillants : relancer l'éducation aux médias dans les écoles, collèges et lycées, dans le milieu socio-éducatif aussi. Des réunions de concertation ont associé les ministères de l'Éducation et de la Culture et les acteurs de terrain (notamment l'association Enjeux e-médias, membre de l'ODI). Des initiatives ont été prises, y compris par des médias eux-mêmes. Un nouveau départ, trente-deux ans après la création en 1982 du CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information).

## 6.1. Apports à la réflexion sur la déontologie

*Le jeu américain « Construisez votre code d'éthique personnel »* a été présenté par Tom Kent (Associated Press) lors de la journée annuelle « Nouvelles pratiques du journalisme » de l'École de journalisme de Sciences Po Paris (8 décembre 2014)<sup>24</sup>.

*Interview de Jean-Noël Jeanneney* sur les interviews de dictateurs, à propos de celle de Bachar El Assad dans *Paris-Match* (*Le Monde* du 13 décembre 2014)<sup>25</sup>.

*Article de slate.fr* qui explique pourquoi la BBC préfère ne pas utiliser le mot « terroriste » pour qualifier les frères Kouachi et Amedy Coulibaly (27 janvier 2015)<sup>26</sup>.

*Une revue « scientifique » piégée.* Deux chercheurs en sociologie révèlent le 7 mars 2015 qu'ils ont présenté à la revue de sociologie *Sociétés*, dirigée par le professeur Michel Maffesoli, un article-canular, truffé de bêtises, et qu'il a été publié... De nombreux journaux reprennent l'information. Le sociologue incriminé assume, argue de la liberté de pensée nécessaire à la recherche, et se retire de la revue.

*L'association Acrimed (Action-critique-médias)* publie régulièrement des articles sur son site et organise des débats, notamment les « Jeudi d'Acrimed ». Une après-midi publique, le 31 janvier 2015, a été consacrée à la critique des médias ; y intervenaient notamment des syndicalistes du SNJ, de Sud-Rail et du Syndicat de la magistrature, ainsi que le directeur du *Monde diplomatique*, Serge Halimi. Elle publie aussi un magazine, *Médiacritique(s)*.

---

<sup>24</sup> <http://www.odi.media/bibliotheque/la-deontologie-sur-mesure/>

<sup>25</sup> [http://lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/12/11/l-interview-donnee-par-al-assad-un-simple-effort-d-endoctrinement\\_4538920\\_3236.html](http://lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/12/11/l-interview-donnee-par-al-assad-un-simple-effort-d-endoctrinement_4538920_3236.html)

<sup>26</sup> <http://www.slate.fr/story/97279/mot-terroriste-freres-kouachi>



*Wikileaks et Sony Pictures.* Lemonde.fr publie le 17 avril 2015 un article « *sur la publication par Wikileaks des données volées de Sony Pictures* » (volées par la Corée du Nord semble-t-il). Les journalistes répondent à cinq questions : d'où provient la fuite ? La différence avec la fuite de novembre 2014 ? Les objectifs de Wikileaks ? Les contenus des documents ? Les questions éthiques ?

*Le site WorldZine.fr* publie le 2 mai 2015 un article intitulé, « *Le « direct » dans les médias : source d'info ou d'intox ? Une question de déontologie du journalisme* », suscité par plusieurs dérapages des premiers mois de 2015. L'article pose notamment la question d'une régulation qui « *accompagne* » sans « *imposer un contrôle* ». « *L'un des enjeux majeurs du journalisme actuel, estime l'auteur Léa Szulewicz, est de préserver la liberté d'expression tout en garantissant la qualité de l'information* » (2 mai 2015).

« *Votre Télé et Vous* » est l'émission mensuelle de la médiation de France 3, Marie-Laure Augry et son équipe, réalisée notamment avec les réactions des téléspectateurs à l'actualité. Après la suppression en juin 2008 (après dix ans d'existence) de l'émission hebdomadaire, en direct le samedi à 13 h 15 sur France 2, « *L'hebdo du médiateur* », c'est la seule émission de télévision où l'expression critique des téléspectateurs est mise en onde par la chaîne elle-même. Malheureusement à une heure de très faible écoute (exemple le 21 avril 2015 à 1h20), mais accessible sur le site de France 3. Des exemples de thèmes : « *Liberté d'expression, responsabilité éditoriale : que dire et montrer ?* » (28 janvier 2015) ; « *Médias et monde agricole : comment sortir des clichés ?* » (25 février 2015) ; « *Réseaux sociaux, infos en continu : comment éviter les pièges de la surinformation ?* » (25 mars 2015) ; « *Catastrophes, accidents, attentats : l'émotion tue l'information ?* » (21 avril 2015) ; « *Liberté d'informer, nouvelles menaces : comment y résister ?* » (27 mai 2015).

*Les trois rendez-vous du médiateur de Radio France* : sur France Info (chaque semaine), sur France Culture (deux fois par mois) et sur France Inter (une fois par mois). Bruno Denaes donne la parole aux auditeurs et fait intervenir des journalistes et des professionnels.

« *Le secret des sources* » est un rendez-vous hebdomadaire sur France-Culture qui, entre autres thèmes, interroge la déontologie et la pratique du journalisme. Parmi les sujets abordés « *Les journalistes face à l'horreur : Comment les journalistes travaillent-ils sur les horreurs de Daech ?* » (10 octobre 2015), « *Quelles relations entre journalistes et scientifiques ?* » (24 octobre 2015) « *La couverture médiatique des attentats du 13 novembre après la controverse de janvier* » (21 novembre 2015) « *Comment informer sous l'état d'urgence* » (28 novembre 2015).

*Le mot « liberté (d'expression) »* a été choisi par 100 000 internautes (dont des collégiens et lycéens) comme le « mot de l'année », lors du Festival du mot 2015 de La Charité-sur-Loire (Nièvre). Une liste de douze mots était proposée : abstention, binôme, caricature, crispation, Daech, frondeur, intégrisme, laïcité, lâcheté, liberté (d'expression), réchauffement, zadiste. Le mot « laïcité » a été choisi par le jury de spécialistes (27 au 31 mai 2015).

*Recension de textes sur la liberté d'expression.* Reporters Sans Frontières, une fondation britannique et un cabinet d'avocats publient une recension des textes internationaux concernant la liberté d'expression et ses limitations. Une somme intéressante mais sans version française. On y trouve l'analyse des textes émanant de l'ONU ou d'organisations régionales sur la liberté d'expression, et des études sur la diffamation, le droit à la vie privée, les notions d'ordre public et de moralité, de sécurité nationale et de secret d'Etat que ces textes opposent à la liberté de la presse (juillet 2015).

Un séminaire « Médias et peurs sociales » est organisé à Paris d'octobre 2015 à mai 2016 par le Laboratoire communication et politique du CNRS. Cinq séances d'une après-midi abordent notamment les peurs sécuritaires, identitaires, sanitaires et leurs traitements médiatiques.

### **Livres et films**

*Jeter le JT*, de William Irigoyen (François Bourin, octobre 2014). L'ancien présentateur du JT d'Arte a passé au crible quatre années de journaux télévisés étalées sur quatre décennies pour dresser un constat implacable. Dirigeants, écoles, journalistes : nul n'est épargné. Mais l'ouvrage est aussi un plaidoyer pour « *un retour aux fondamentaux de ce métier: l'information, l'exactitude, le penser contre soi, la volonté d'approfondissement, l'investigation... sans lesquels il n'y a pas de journalisme sérieux et, d'une certaine manière, séditieux* ».

*Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, par Bill Kovach et Tom Rosenstieh, deux routiers du journalisme américain, acteurs de la réflexion qui a suivi la crise de la presse aux Etats-Unis. Une synthèse argumentée qui dégage neuf principes propres à réconcilier les citoyens avec leurs médias (Folio actuel Gallimard, décembre 2014).

*Le Défi Charlie, les médias à l'épreuve des attentats*, sous la direction de Pierre Lefébure et Claire Sécail (Lemieux, janvier 2016), reprend les contributions de chercheurs à la journée d'étude organisée le 9 juin 2015.

« *Cas d'école* », un film de Gilles Balbastre. Le réalisateur des « *Nouveaux chiens de garde* », revient sur la couverture médiatique du suicide d'une collégienne de 12 ans dans le Pas-de-Calais. Harcèlement des élèves et des parents, faux témoignages, appel racoleur à l'émotion, mise en accusation de l'institution scolaire... les victimes médiatiques ne manquent pas (septembre 2015).

## **6.2. Débats publics**

L'attaque contre *Charlie Hebdo* et la couverture médiatique des événements des premiers jours de janvier 2015 ont conduits des médias, des écoles, des syndicats, des associations, des collectivités à organiser tout au long de l'année des événements publics, pour interroger l'information et les professionnels sur leur rôle, leurs pratiques, leur éthique. Il y a en eu davantage que les années précédentes, devant des publics plus nombreux et plus concernés comme citoyens et usagers des médias. La liste ci-dessous n'est pas exhaustive.

*Assises internationales du journalisme et de l'information 2014* : de nombreux thèmes concernaient directement la déontologie. Notamment : vie privée/vie publique, responsabilité des médias et des journalistes, médiateurs de presse, chiffres et datajournalisme, préjugés et stéréotypes, liberté d'information en Europe... Sans oublier la présentation avec débat du deuxième rapport annuel de l'ODI (16 au 18 octobre 2014).

Le « *Café économique de Pessac* » (Gironde) organise un débat sur : « L'information de qualité a un coût ». Avec notamment Joël Aubert (Aqui TV) et deux membres de l'ODI (*Sud-Ouest*, Alimso). (9 décembre 2014)

L'ODI Bordeaux organise une rencontre à l'IJBA, le 21 janvier 2015, sur les rapports « presse / justice », avec le juge Jean-Michel Lambert, le « petit juge » de l'affaire Grégory, commencée en octobre 1984. Le groupe bordelais de l'ODI récidive le 26 novembre 2015 avec le Club de la presse de Bordeaux sur « Journalistes, pourquoi nous ne les aimons plus ? ».

*Intermédia (communication, Rhône-Alpes)* a organisé une conférence du sociologue et lui-même sondeur Gérard Dahan (auteur de *La manipulation par les sondages*, chez L'Harmattan) sur les règles à respecter pour les sondages, les maladroites à éviter et les « tentations auxquelles il ne faut pas céder au risque de perdre en confiance et en crédibilité » (janvier 2015).

*L'Institut pratique du journalisme* (Université Paris 9) organise une rencontre autour du traitement médiatique des événements de janvier 2015. Avec notamment le médiateur de France 2 (membre de l'ODI), un rédacteur en chef à TV5 Monde, une avocate spécialisée, un adjoint au maire de Grigny (11 février 2015).

*Assises du journalisme* : Edition spéciale « Les leçons de Charlie » le 13 mars 2015 au CESE, Paris. 400 personnes (pas seulement des journalistes) y participent, quatre ateliers réfléchissent et font des propositions. Dans l'un d'entre eux, l'ODI présente des constats et réflexions, fruit d'un travail collectif.

*L'association « Ciné-Débat Granville »* a organisé son « festival » annuel sur le thème « Médias et cinéma » du 6 au 12 avril 2015 dans cette ville de la Manche. Des journalistes locaux ou d'ailleurs ont participé chaque soir à un débat avec le public, après la projection d'un film (notamment *Profession journaliste* ou *The social network*).

*Le Collège des Bernardins* (Paris) a poursuivi son séminaire de réflexion sur médias, journalisme et bien commun, centré davantage sur les outils numériques, sous la houlette d'Eric Scherer (France Télévisions). Ainsi le 14 avril 2015, a été invité Tom Kent, directeur adjoint de la rédaction d'Associated Press, sur le thème de « l'éthique des robots ». Ceux-ci ont en effet fait leur apparition dans les rédactions des deux côtés de l'Atlantique.

*Le « Comité Orwell »* organise le 9 janvier 2016 à Paris un débat sur le thème «Terrorisme, Europe, immigration : les journalistes sont-ils à la hauteur des enjeux ? ». En ouverture, présentation d'un sondage sur les réactions de l'opinion au traitement de l'actualité par les médias<sup>27</sup>.

*Le SNJ* organise le 2 février 2015 un débat public autour du film « C'est dur d'être aimé par des cons ». Plusieurs autres initiatives de ce genre se sont déroulées en région devant des salles pleines de spectateurs curieux de *Charlie Hebdo* et de l'exercice de la profession de journaliste.

*La Conférence nationale des métiers du journalisme (CNMJ)* se veut « une « boîte à idées », avec pour ambition de proposer à la profession une réflexion sur le métier de journaliste autour d'une thématique précise : « l'apprentissage des bonnes pratiques professionnelles et des instruments et des méthodes pédagogiques qui en découlent ». Créée en 2010, elle organise des rencontres annuelles interprofessionnelles ; la dernière, les 1<sup>er</sup> et 2 octobre 2015, a rassemblé plus d'une centaine de personnes, dont de nombreux étudiants en journalisme, pour réfléchir et dialoguer sur l'avenir de métiers percutés par les réseaux sociaux et les nouveaux outils de communication.

*Le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL)*, pour la 6<sup>ème</sup> journée de la presse indépendante, organise un colloque le 6 novembre 2015 sur la loi renseignement. *Libération* le lendemain réunit une salle pleine sur le même thème.

---

<sup>27</sup> <http://comiteorwell.net/2016/01/04/sondage-exclusif-comite-orwell-64-des-francais-considerent-quils-ont-ete-mal-informes-sur-la-menace-terroriste-avant-le-13-novembre/>

### 6.3. Actions des pouvoirs publics

*La prise de position de Fleur Pellerin* aux Assises du journalisme sur les suites à donner au rapport Sirinelli (octobre 2014) pour favoriser la déontologie de l'information, est renouvelée, en réponse à une question écrite de Paola Zanetti, députée PS de la Moselle (décembre 2014)<sup>28</sup>.

*Une proposition de loi* de la sénatrice centriste de l'Orne Nathalie Goulet, en faveur des « conseils de rédaction », c'est-à-dire en faveur de l'indépendance des équipes rédactionnelles par leur reconnaissance juridique a été déposée le 27 septembre 2014<sup>29</sup>. Ce texte présenté en amendement de la loi de modernisation du secteur de la presse n'a pas été adopté.

*La ministre Fleur Pellerin s'engage encore sur la déontologie et va plus loin.* Le 2 juin 2015, lors de la remise du rapport de Jean-Marie Charon « *Presse et numérique. L'invention d'un nouvel écosystème* »<sup>30</sup>, la ministre de la culture et de la communication a exprimé sa volonté de lier les aides directes à la presse écrite (130 millions d'euros) à des exigences en matière de déontologie de l'information. Elle a notamment déclaré : « *Ces aides, je ne veux pas qu'elles soient sans conditions. Camus disait qu'« un pays vaut souvent ce que vaut sa presse ». C'est pour cela que j'ai des exigences très fortes pour elle. Je serai donc particulièrement attentive à ce que les éditeurs puissent s'engager dans des dynamiques éthiques et déontologiques volontaristes : adhésion à un organisme collectif de vigilance en matière de déontologie qui associe les éditeurs, les journalistes et les citoyens ; création de médiateurs de presse...* »

### 6.4. Actions de médias et de journalistes

Les médias se sont intéressés à ce qu'on appelle outre-Atlantique le fact-checking à partir du milieu des années 1990, avec l'émission de France 5 « Arrêt sur Images ». Après la suppression de l'émission, son créateur, Daniel Schneidermann, anime désormais un site du même nom. Le « Désintox » du quotidien *Libération* ou le « Démonte-rumeur » du site Rue89 tentent également de démêler le vrai du faux dans la masse des informations déversées sur le public. Le phénomène s'est amplifié ces dernières années : nombreuses rubriques et émissions dédiées, avec des équipes de journalistes spécialisés. Sans les citer toutes, signalons quelques-unes des actions observées fin 2014 et en 2015.

*L'Express.fr* a publié un « *annuaire des sites "d'infax"* » en janvier 2016, donnant dans un vaste tableau des éléments pour détecter les sites de tout acabit qui prennent les plus grandes libertés avec l'exactitude de l'information... Cette base de données est collaborative et s'enrichit avec la participation des internautes<sup>31</sup>.

Le « *Making-of / les coulisses de l'info* » de l'Agence France Presse fait un travail permanent de fact-checking et d'explication de la fabrication de l'information : retour sur le traitement d'événements,

---

<sup>28</sup> <http://questions.assemblee-nationale.fr/q14/14-56241QE.htm>

<sup>29</sup> [http://www.senat.fr/cra/s20150205/s20150205\\_9.html#par\\_694](http://www.senat.fr/cra/s20150205/s20150205_9.html#par_694)

<sup>30</sup> <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ressources/Rapports/Rapport-Charon-Presses-et-numerique-L-invention-d-un-nouvel-ecosysteme>

<sup>31</sup> [http://www.lexpress.fr/actualite/societe/conspirations-rumeurs-parodies-l-annuaire-des-sites-d-infax\\_1646237.html](http://www.lexpress.fr/actualite/societe/conspirations-rumeurs-parodies-l-annuaire-des-sites-d-infax_1646237.html)

déjouer des photomontages (24 novembre 2014) ou de fausses informations (19 novembre 2014), retracer le travail en direct d'une équipe d'images (20 janvier 2015), etc.<sup>32</sup>.

*Les Décodeurs du « Monde »* ont fêté leur premier anniversaire en mars 2015. Ils se sont fait encore remarquer par plusieurs études, notamment le 7 octobre 2015 sur les invités de l'émission de Laurent Ruquier « On n'est pas couché » (France 2), qui fait l'objet de critiques et de polémiques. Ou encore en mettant en lumière après les attentats de janvier et novembre 2015 les photos détournées et les témoignages douteux<sup>33</sup>.

*Les Observateurs de France 24*, en septembre 2015, expliquent comment des internautes créent de la désinformation avec des images de migrants et de réfugiés. Ils montrent (novembre 2015) comment vérifier les images des réseaux sociaux<sup>34</sup>.

Le « *Vrai du faux numérique* », la rubrique de fact-checking sur le web de France Info créée à l'automne 2014, s'est fait une spécialité de signaler en permanence les fausses informations et canulars qui envahissent le Net<sup>35</sup>.

*Le Monde* publie le 3 juin 2015 un article « Dans la jungle des faux commentaires » qui relativise la confiance que l'on doit accorder aux propos des internautes.

*France 4* en novembre 2015 démasque les fausses informations et les rumeurs qui envahissent en permanence les réseaux sociaux : comment déjouer les intox et retrouver la source d'histoires totalement inventées.

*Regards sur le numérique (RSLN)* a publié en décembre 2015 un « *Guide de survie numérique : comment détecter et éviter de propager des rumeurs ?* »<sup>36</sup>.

*Une plateforme pour lanceurs d'alerte.* *Le Monde*, *Le Soir*, *La Libre Belgique* et la RTBF ont lancé ensemble le site « Sourcesûre », plateforme qui permet à des lanceurs d'alerte d'envoyer des informations et des documents à un ou plusieurs médias, en toute sécurité (février 2015)<sup>37</sup>.

*Des comités d'éthique ou des commissions déontologiques.* A la suite notamment de France 2 (depuis 2000), du groupe *Le Monde* (novembre 2010), de France Télévisions (juillet 2011), i>télé et le groupe NextRadioTV (RMC, BFMTV...) ont décidé, après les questionnements et les pressions du CSA de janvier 2015, de réanimer leurs « comités d'éthique ». Le groupe NextRadioTV a ainsi adopté une charte de déontologie (approuvée par les sociétés de journalistes) ; le « Comité d'éthique, du pluralisme et de la diversité » est composé de cinq personnes du groupe et de cinq personnalités extérieures. En janvier 2016, Canal + crée à son tour un comité d'éthique. La composition de tels comités peut et doit faire débat.

« *Les médias contre l'homophobie* ». A l'occasion de la journée internationale de lutte contre l'homophobie et la transphobie, l'Association des journalistes lesbiennes, gays, bis et trans (AJL) a proposé aux rédactions la signature d'une charte « Les médias contre l'homophobie ». Des journaux

---

<sup>32</sup> <http://blogs.afp.com/makingof/>

<sup>33</sup> <http://lemonde.fr/les-decodeurs/>

<sup>34</sup> <http://observers.france24.com/fr/>

<sup>35</sup> <http://www.franceinfo.fr/emission/le-vrai-du-faux-numerique>

<sup>36</sup> <http://www.rslnmag.fr/>

<sup>37</sup> <https://www.sourcesure.eu/>

(*Le Monde, Libération, L'Equipe...*), des périodiques (*Alternatives économiques, Psychologie, Closer...*), des radios (Radio Nova, OUI FM...), des journaux en ligne (Mediapart, Slate, Rue89...), etc., une cinquantaine de médias ont adhéré à la démarche (mai 2015)<sup>38</sup>. De son côté, le groupe TF1 a signé en octobre 2015 un texte du même ordre avec l'association « L'autre cercle ».

*Elise Lucet lance une pétition.* La journaliste de France 2 décide d'impliquer le public en lançant une pétition contre le secret des affaires. Et plus particulièrement le projet de directive prôné par la Commission européenne, qui peut être contradictoire avec le droit des citoyens à l'information. Cette directive mettrait, selon la journaliste, « un pistolet sur la tempe des journalistes » (juin 2015)<sup>39</sup>.

*La journaliste Natacha Polony lance* en juin 2015 le « Comité George Orwell », un collectif de journalistes visant la défense du pluralisme des idées dans les médias. Il se propose notamment de « faire entendre des voix différentes sur tous les sujets »<sup>40</sup>.

*Accord d'indépendance éditoriale.* Le nouveau propriétaire du groupe Express-Roularta, Altice média groupe France (Patrick Drahi, Marc Laufer) signe le 15 juillet 2015 avec la Société des journalistes de L'Express un « accord sur l'indépendance éditoriale de L'Express ». Une charte sur l'identité et l'indépendance de l'hebdomadaire est annexée, et un comité d'indépendance éditoriale est créé.

*Un « contre-documentaire » a été diffusé* sur la chaîne Public Sénat et sur le site laTélélibre.fr en octobre 2015, suite à la diffusion en septembre 2013 dans l'émission « Envoyé spécial » (France 2) du reportage « La Villeneuve le rêve brisé ». Celui-ci avait provoqué une vive opposition parmi les habitants du quartier grenoblois, avec appel au CSA et plainte en justice. Deux ans après, le reportage de Vincent Massot et Flore Viénot expose notamment les sentiments d'habitants à l'égard des médias.

*« Experts » : prise de conscience des possibles conflits d'intérêts.* Les liens avec des entreprises ou des groupements de toutes sortes d'intervenants dans les médias (à titre d'experts, de personnalités compétentes...) ne sont plus un tabou. On commence à mettre en œuvre ici et là des solutions de transparence. Ainsi dans « L'économie en questions », le samedi matin sur France Culture. Ou encore dans « Le téléphone sonne » sur le tabagisme (novembre 2015), lorsque l'animateur demande à chacun ses liens éventuels avec l'industrie.

*Savoir dépasser les liens d'intérêts de son média.* Seuls les deux quotidiens (fusionnés) *Le Bien public* et *Le Journal de Saône-et-Loire* du groupe de presse régionale EBRA (Est-Bourgogne-Rhône-Alpes), appartenant au Crédit Mutuel ont évoqué en juillet 2015 la censure exercée sur un documentaire par Vincent Bolloré, le nouveau patron de Vivendi sur Canal +. Le film de Jean-Pierre Canet « Evasion fiscale, une affaire française » évoquait les pratiques du Crédit Mutuel dont le patron Michel Lucas est proche de celui de Vivendi. Les journalistes responsables de cette publication (toujours en ligne en décembre 2015) n'ont pas été inquiétés.

*La médiation au Monde.* Ce qu'on attend d'un médiateur de presse (écrite, audiovisuelle, numérique) c'est qu'il rende compte des critiques et des questions du public, mais surtout qu'il fasse

---

<sup>38</sup> <http://aigbt.info/2015/05/14/charte-contre-lhomophobie-30-redactions-sengagent/>

<sup>39</sup> <https://www.change.org/p/ne-laissons-pas-les-entreprises-dicter-l-info-stop-directive-secret-des-affaires-tradescrets>

<sup>40</sup> <https://comiteorwell.wordpress.com/>



de la médiation, c'est-à-dire qu'il donne son avis de manière impartiale. Un nouveau médiateur a pris ses fonctions au *Monde* en octobre 2015. C'est au sein de ce journal qu'a été créé en France le premier poste de médiateur de presse, en 1995. Dans une chronique du 3 décembre 2015 par exemple (« *Affaire de la "suxtape" : les leçons d'un emballage* »), Franck Nouchi raconte les aléas de la diffusion d'un article litigieux et n'exonère pas le quotidien du soir de ses faux-pas.

A *France Télévisions*, la *déontologie* est déployée à travers les rapports écrits du médiateur de l'information et les deux réunions annuelles de la commission déontologie, qui permettent d'examiner paritairement (directions des différents secteurs et représentants syndicaux) les mauvaises pratiques, dysfonctionnements, les « ménages », les conflits d'intérêts et de lister les préconisations nécessaires.

*Démarche de quatre syndicats de journalistes* (SNJ, CGT, CFDT, CFTC) à l'Élysée pour demander le respect par le président de ses engagements de campagne, notamment celles concernant la qualité et la déontologie de l'information (27 novembre 2014).

*La résolution finale du congrès de SNJ* en 2014 maintient le cap en faveur de la déontologie affirmé dans ses congrès précédents (11 octobre 2014). Le SNJ devient adhérent de l'ODI, rejoignant ainsi le syndicat CFDT des journalistes, membre fondateur.

Des membres du conseil d'administration de l'ODI sont intervenus dans divers débats. Le 17 septembre 2015 devant les journalistes du groupe ABC Agra ; le débat a porté sur des questions concrètes qui se posent dans le travail quotidien de ces rédactions. Le 22 septembre 2015, invitation de l'École de Journalisme de Grenoble pour des études de cas déontologiques devant les étudiants. Le 15 décembre 2015, présentation de la déontologie de l'information devant un auditoire d'enseignants lors d'une formation du Clémi à Champigny-sur-Marne. Le 14 janvier 2016, au Mémorial de la Résistance et de la Déportation de la Loire pour le colloque « Vivre ensemble », afin d'y parler de la liberté de la presse et de la caricature. Etc...

## **6.5. Reconnaître ses erreurs et se réformer**

« *Notre Une n'était pas judicieuse* », a reconnu la rédaction de l'hebdomadaire *Le Ploërmelais*, après les vives réactions provoquées par le traitement d'un projet d'accueil possible de migrants dans la commune de Sérent. Le photomontage incriminé, en particulier, était « *une maladresse* » et « *une bévue* » qui « *ne correspond ni à l'éthique ni aux valeurs du journal* » (18 octobre 2015).

*Respecter individuellement l'éthique professionnelle* fait aussi partie des obligations du journaliste. Le rédacteur en chef de *La Gazette du Centre-Morbihan* et d'autres titres (groupe Publihebd – Ouest-France) quitte l'ensemble de ses fonctions pour se présenter aux élections départementales (mars 2015). Lors des municipales de 2014, des cas de conflits d'intérêts avaient pu être observés.

### **Droit de réponse, rectificatifs, excuses...**

Le droit de réponse du public, lorsque l'on est concerné par une information et pour y apporter des correctifs, est aussi vieux en France que le journalisme lui-même. Théophraste Renaudot, créateur en 1631 de la *Gazette*, premier journal périodique imprimé en France, le reconnaît dès sa première préface aux recueils de son hebdomadaire, l'année suivante.

Le droit de réponse est introduit dans la législation sur la presse par la loi du 29 juillet 1881. Mais, corseté par une formulation qui le rendait quasiment impraticable, il a très longtemps été tenu à



distance par les journalistes, les chefs de rédaction et les directeurs de publication. Bien souvent, il faut faire intervenir la justice, ou au moins un avocat – ce qui est coûteux – pour obtenir gain de cause. Et ne parlons pas de son application dans l’audiovisuel, rarissime, alors que les erreurs et inexactitudes y sont légion.

Pourtant, ce droit est normal et légitime. Contrairement à ce que pensent nombre de professionnels, corriger ses erreurs, présenter des excuses, est la première des règles à appliquer si l’on veut que le public retrouve la confiance perdue envers les médias. Il semble que l’on progresse, encore bien légèrement, dans cette voie. Et cela grâce notamment à la révolution numérique.

Car elle intervient à double titre. D’une part, les réactions des internautes, en commentaire de la publication ou sur les réseaux sociaux, constituent une pression, non négligeable pour la crédibilité du média. D’autre part, ce dernier ne peut plus invoquer le manque de place sur le papier ou à l’antenne (argument déjà fallacieux) puisque par définition cette place n’est pas limitée sur le support numérique qui les accompagne. Ce n’est pas exactement la même chose, mais ce peut être un progrès.

Ainsi a-t-on pu relever en 2015 un certain nombre de correctifs et d’excuses. Tel quotidien pour une brève « sexiste » à l’égard d’une femme policier. Tel autre pour avoir fait d’un entretien devant servir à un portrait de ministre une interview questions-réponses peu fiable. Telle station de radio pour avoir mis en cause un homme d’affaires parisien propriétaire d’un terrain dans le Midi. Un syndicat de chercheurs s’est estimé diffamé dans une émission de télévision. Un responsable local du Front national par un quotidien régional. Une enseignante en conflit avec un élève dans l’Est... Une entreprise de Marseille... Un ancien maire dans le Sud-Ouest...

Internet relaie ces demandes, ces énervements, et aussi éventuellement les réponses appropriées. Ce n’est pas aussi efficace qu’un médiateur, mais ce n’est pas négligeable.

## **6.6. Education aux médias : 2015, l’année de la relance**

Les attentats de janvier 2015 ont indéniablement amené une mobilisation en faveur de l’éducation aux médias, en milieu scolaire et socio-éducatif. Les ministères de l’Education et de la Culture, le CLEMI, les associations militant pour une meilleure appréhension des médias par les générations actuelles et à venir se sont concertés pour relancer un secteur qui s’était apparemment quelque peu assoupi. De grands médias ont relayé des initiatives de production.

### **Les Clés des médias**

Cette première web-série, fruit d’un multi-partenariat entre FranceTV E, Réseau Canopé, CLEMI et France Inter, consacrée à l’éducation aux médias comporte 25 épisodes de 2 minutes. Chaque séquence, ludique et animée, mise en scène par la Générale de production et écrite par les journalistes Bruno Duvic et Thomas Legrand, porte sur un sujet précis : Qu’est-ce qu’un média ? Qu’est-ce qu’une information ? Qu’est-ce qu’une source ? Autant de questions, de mots, de concepts qu’il convient de définir pour pouvoir appréhender, expliquer, amener les élèves à une pratique raisonnée autour des écrans, de l’information, du métier de journaliste. Chaque épisode est accompagné de fiches pédagogiques, conseils ou sitographie<sup>41</sup>.

<sup>41</sup> <http://education.francetv.fr/tag/les-cles-des-medias> ou <http://www.clemi.fr/fr/tv/clesdesmedias/>

Une « séquence pédagogique » est proposée par « Savoirs CDI » (CNDP) pour des classes de 3<sup>ème</sup> par Florian Reynaud, professeur documentaliste de l'académie de Versailles, sur le thème « Désinformation : de la médiatisation à l'éthique de l'information » (septembre 2014)<sup>42</sup>.

L'association *Enjeux e médias* (membre de l'ODI) a présenté un texte de réflexions et de propositions sur l'éducation aux médias, lors d'une rencontre entre le ministre de l'Education Najat Vallaud-Belkacem et le conseil d'orientation du CLEMI. Ce texte aborde notamment la « responsabilité sociétale » des médias et leur influence (19 janvier 2016)<sup>43</sup>.

Le CLEMI a organisé sa 26<sup>ème</sup> « Semaine de la presse et des médias dans l'école », avec le concours de quelque 1 900 médias, dont de très nombreux titres de presse écrite (plus d'un million d'exemplaires disponibles pour les écoliers, collégiens et lycéens). Un blog « Lycéens, lycéennes » est publié avec Mediapart. (23 au 28 mars 2015). L'intervention directe des journalistes dans les établissements scolaires est un des piliers de cette éducation aux médias. Les nouveaux médias s'y sont mis eux aussi. Un exemple parmi de très nombreuses rencontres : le site Arrêt sur Images a projeté une séquence d'une émission de France 2 sur le terrorisme à une classe de 5<sup>ème</sup> dans le XVIII<sup>ème</sup> arrondissement de Paris ; le but : savoir reconnaître des images d'archives et des reconstitutions (décembre 2015).

Deux missions en résidence sont proposées en juillet 2015 à des journalistes à des fins d'éducation aux médias, à l'information et à la liberté d'expression. Il s'agit d'une expérimentation en la matière, rendue possible grâce à un partenariat établi avec des collectivités territoriales du département du Nord, l'académie de Lille (délégation académique à l'éducation aux médias) et le milieu professionnel du journalisme de la région Nord-Pas-de-Calais. Une mission au moins avait commencé début 2016 à Dunkerque.

Le quotidien *La Montagne*, dans le cadre d'une nouvelle feuille de route éditoriale mise en place début 2016, a décidé d'ouvrir davantage ses rédactions et d'accueillir davantage de collégiens et de lycéens dans le cadre de stages de sensibilisation à la vie du média et à la pratique professionnelle des journalistes.

La première édition d'une « Journée d'éducation aux médias » a été organisée le 21 novembre 2015 par le futur Musée européen des médias en projet à Saint-Denis (Seine-Saint-Denis). La présidente de cette organisation est la journaliste Christine Kelly, ancien membre du CSA. Au programme notamment, le terrorisme dans les médias et la crédibilité des médias.

Parmi les actions des médias en direction des jeunes, plusieurs initiatives sont à saluer : Arte a mis en place le dimanche un journal de 27 minutes pour les 10-14 ans qui reprend des actualités et donne des clés d'explication. Depuis la rentrée de septembre 2015, une rubrique quotidienne de 6 minutes lui est consacrée sur l'antenne. France 4 a lancé en novembre 2015 un magazine hebdomadaire « T'as tout compris », destiné aux adolescents consommateurs d'images. Ces deux initiatives doivent être soulignées. Les associations éducatives regrettaient depuis 2005, et l'arrêt de Mon Kanar sur France 3, que la télévision française ne diffuse plus de journal pour les enfants.

---

<sup>42</sup> <https://www.reseau-canope.fr/savoirscdi/cdi-outil-pedagogique/apprentissage-et-construction-des-savoirs/leducation-aux-medias-et-a-linformation/desinformation-de-la-mediatisation-a-lethique-de-linformation.html>

<sup>43</sup> <http://www.enjeuxmedias.org/Reflexions-et-propositions-sur-l>

## 6.7. Les suites positives des événements de janvier 2015

Les événements de janvier 2015 ont été le déclencheur d'une prise de conscience dans la société de l'éminence du droit à la liberté d'expression et à la liberté d'information. Le débat qui a suivi sur les frontières de ces libertés, et sur la question liberté d'expression vs liberté de croyance, a touché toute la population.

Les événements ont été aussi un révélateur et un accélérateur des interrogations latentes sur le rôle des médias dans la société sur l'information et les moyens de sa diffusion, sur la qualité et la déontologie de l'information.

*Dans les rédactions*, le traitement des événements a souvent provoqué des débriefings, des discussions, des réflexions collectives sur les erreurs à éviter à l'avenir.

*Sur les médias eux-mêmes* (et dans les écoles de journalisme), les débats ont été bien présents (articles, émissions, plateaux...). Le thème de la liberté d'expression et d'information, en particulier, a été traité, sans toutefois que la question des moyens pour la garantir et la faire vivre ne soit vraiment abordée.

*Les 36 sanctions prononcées par le CSA* le 11 février à l'égard de 16 médias audiovisuels, concernant le respect des personnes (2) et l'ordre public (34), ont provoqué à leur tour de nombreux débats, interrogations et prises de position dans la sphère médiatique et au-delà. En cause notamment :

- *la liberté d'action des journalistes* à l'égard de la police et de la justice, les tentations de se servir de ces événements pour instituer des règles contraignantes, les dangers d'une censure ou d'une autocensure ;
- *l'inégalité de traitement entre les médias* audiovisuels d'un côté, agences, presse écrite et médias électronique de l'autre ;
- *la légitimité d'une instance administrative désignée politiquement* à contrôler le travail journalistique et la déontologie de l'information ; à ce sujet, des organisations, professionnelles ou non, ont rappelé que c'était, dans la plupart des pays démocratiques, le rôle *d'instances véritablement indépendantes*, sous l'égide de la profession et le plus souvent avec des représentants du public ; avec comme mission première de veiller au respect de la liberté d'information.
- *le corporatisme* a été parfois souligné après les vives réactions dans la profession.

*Au total, on peut estimer que ces journées hors normes* – par leur nature, par leur traitement médiatique et par leurs répercussions dans la société – ont mis *l'information au cœur des préoccupations démocratiques*. Un intérêt peut-être éphémère, mais qui provoquera des déceptions si les questions soulevées ne trouvent pas de réponses satisfaisantes.

## **7. Recommandations**

Au terme de ce rapport sur l'année 2015, l'ODI estime devoir rappeler, sans être exhaustif, quelques fondamentaux de la déontologie de l'information qui ont pu paraître particulièrement malmenés au fil de l'analyse des quelque 200 cas recensés :

- **le droit du public à être informé prime sur toute autre considération**
  
- **les réseaux sociaux sont un outil indispensable dont l'usage doit être éthiquement maîtrisé**
  
- **le direct exige, sur tout support, professionnalisme et sang-froid**
  
- **les liens d'intérêt sont à bannir, ou à afficher clairement**
  
- **les pressions de toutes origines doivent être ignorées, et dénoncées collectivement**

## 8. Annexes

En 2015, deux ateliers de l'ODI ont travaillé sur des thèmes transversaux. Cette réflexion a débouché sur des publications mises en ligne sur le site <http://www.odi.media/>.

La première publiée en mars et intitulée « Objectivité de l'information, honnêteté du journaliste » interroge des concepts au cœur des débats sur l'information.

La seconde, datée de septembre, « Les mots en liberté surveillée », analysait le sens et l'usage médiatique de mots et d'expressions dans l'actualité. Ce groupe de travail de l'ODI sur le vocabulaire poursuit ses travaux.

## Les mots en liberté surveillée

Le choix des mots pour le dire, c'est la base du journalisme. Important, essentiel pour que les mots ne trahissent pas la vérité, ou du moins l'approchent du plus près possible. Et pourtant, ils sont souvent mal employés, mal perçus (ce qui n'est pas la même chose) et peuvent faire mal, très mal.

La tâche est donc difficile. Rendre compte d'une situation complexe avec des mots simples est déjà une gageure. En rendre compte avec un seul mot est le plus souvent impossible sans caricaturer.

Ainsi des migrants : sont-ils des réfugiés ? des clandestins ? des demandeurs d'asile ? des sans-papiers ? Parfois deux de ces qualificatifs ou tout cela à la fois ! Mais la connotation n'est pas la même...

Ainsi des groupes armés : sont-ils des rebelles ? des mutins ? des putschistes ? des insurgés ? des terroristes ? des émeutiers ? des résistants ? des insoumis ? des patriotes ? des révolutionnaires ? des contre-révolutionnaires ? Là encore, sérieuses connotations au rendez-vous !

Bienvenue dans le monde des difficultés du vocabulaire disponible, utilisé, perçu ou ressenti (comme la température ressentie de la météo peut être différente de la température réelle). On dressera ici un simple inventaire typologique illustré des principales erreurs ou difficultés d'emploi des mots à partir d'exemples recueillis lors des derniers mois. On analysera un peu plus longuement certains termes ou expressions qui ont prêté à confusion ou polémique dans l'année écoulée. On se gardera bien de conclure, sauf à la nécessité... de faire attention.

En n'hésitant pas à appeler Camus à la rescousse : « *Mal nommer les choses, c'est ajouter au malheur du monde* ».

### Les fautes d'erreurs

Tautologie empruntée à un instituteur du début du siècle précédent, la faute d'erreur est celle qui traduit une méconnaissance claire et indiscutable dans l'emploi des mots. Ce n'est pas anodin, car une faute de forme jette souvent le doute sur le bien-fondé du fond.

#### Erreurs manifestes :

Acception pour acception, clôturer pour clore, abjurer pour adjurer, coupe sombre pour coupe claire, etc. Conséquent ne veut pas dire considérable. Un musée ne fête pas « ses un an », mais on fête son premier anniversaire, etc. On n'insistera pas. La liste est infinie.

#### Impropriétés :

La longueur, pour un point de différence dans le championnat de football. Un cheval est à une encolure ou une longueur de celui qui mène la course. A une longueur est donc impropre pour un classement par points.

Le coup de fil pour un appel téléphonique. Outre le fait que cela donne son âge, c'est une notion étrangère à la jeune génération habituée aux portables sans fil, de même que l'expression vrai-faux née du passeport fourni par Charles Pasqua à Yves Chaliier dans un temps que les lecteurs peuvent ne pas connaître. Heureusement le petit Larousse 1992 fournit une acception compréhensible : « *se dit de faux documents établis par une autorité compétente* ».

### **Confusions, notamment en matière économique :**

- Emploi extrêmement fréquent de revenu au lieu de chiffre d'affaires. Traduction erronée du faux-ami anglais « revenue ». C'est très « embêtant », car revenu fait plus penser à bénéfice qu'à chiffre d'affaires... Les revenus d'une action, c'est le dividende, soit une partie du bénéfice.

Exemple tiré d'un quotidien, dans lequel on ne sait plus bien à quoi s'en tenir : Si la transition numérique du marché de la musique voit enfin le jour au niveau mondial, c'est qu'aux Etats-Unis – où le marché est en hausse de 2,1 % – les revenus du numérique ont atteint 3,4 milliards de dollars, soit 71 % des revenus de la musique enregistrée. S'agit-il des bénéfices ou du chiffre d'affaires?

- Tendance à présenter un ralentissement de la croissance comme de la décroissance. Sous le titre « la croissance divisée par six », tel journal annonce que l'économie argentine a nettement ralenti en 2014 (0,5% de croissance contre 2,9%) soit en effet six fois moins ou presque, sauf que l'économie n'a pas ralenti en 2014, puisque la croissance a été de 0,5% ! C'est la croissance qui a ralenti, pas l'économie. L'économie a continué d'accélérer, même si c'est plus lentement !

Autre exemple de novembre 2014 annonçant que l'économie mondiale, avec + 3,7% tourne au ralenti. Si elle croît de 3,7 %, il est faux de dire qu'elle tourne au ralenti. Dirait-on d'une voiture qui accélère moins qu'à l'instant précédent, qu'elle tourne au ralenti ? L'économie est un flux, donc assimilable à une vitesse, et sa croissance à une accélération. On sait bien qu'on ne peut pas accélérer indéfiniment.

- Peut-on dire que « *les grands magasins perdent leurs touristes* » quand Le Printemps a augmenté ses ventes de 6%, certes moins que l'augmentation de 12% l'année précédente, mais encore en augmentation ?

### **Approximations et à-peu-près:**

Emission télévisée sur l'infertilité masculine. Un témoin raconte qu'il a affronté cette réalité. Quel traitement avez-vous finalement subi ? Réponse : « *On m'a fait prendre des cachets* ». Journaliste (avec un soupçon de scandale dans la voix) : « *Ah, alors, un traitement invasif !* » Invasif, c'est un acte médical ou de soins nécessitant une lésion infligée à l'organisme.

A l'occasion de la COP 21, qui a généré bien des approximations de termes, la DGLF (Délégation générale à la Langue Française) a publié un petit livret fort bienvenu sur « *le vocabulaire du développement durable* »<sup>44</sup>.

### **Pléonasmes ou redondances :**

Le tollé général, car un tollé ne saurait être isolé ; ou encore les faits qui se sont avérés vrais. Et puis encore : « le taux d'alcoolémie » (l'alcoolémie mesurant en effet un taux), « la caserne militaire » (y en a-t-il des civiles? quoique les pompiers ne soient pas tous militaires), « les populations civiles » (que pourraient-elles être d'autre ?), « le tri sélectif » (c'est comment, le tri non sélectif ?), « le principal protagoniste » (qui protagoniste principalement), « le cadeau gratuit » (y a-t-il des cadeaux payants ?), et ce triplé tautologique gagnant « au jour d'aujourd'hui ».

---

<sup>44</sup> <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Langue-francaise-et-langues-de-France/Politiques-de-la-langue/Enrichissement-de-la-langue-francaise/FranceTerme/Vocabulaire-du-developpement-durable-2015>



### **Clichés et lieux communs :**

Historique devrait être réservé aux événements dont il est évident, quand ils se produisent, qu'ils marqueront réellement l'histoire, ou fameux aux gens et objets dont la renommée est réelle. Le public apprécierait qu'ils soient de temps en temps remplacés par mémorable, inoubliable, marquant, inédit, étonnant, etc.

L'église toujours trop petite, la sinistre mémoire, les chères têtes blondes (et alors, les brunes comptent pour des prunes ?), sont-ils à la croisée des chemins ou au bord du gouffre ?

### **Différences interculturelles de vocabulaire :**

Un étranger ayant appris le français prendra au premier degré l'expression écœuré pour étonné ou stupéfait. Il pensera que c'est trop bien en entendant trop bien à la place de très bien.

La revue *La Revue* a utilement souligné les différences de perception dans l'emploi du nom de Mahomet, passé dans le langage courant et même officiel en France, sans connotation péjorative, mais souvent perçu comme tel par certains Musulmans qui le traduisent littéralement par « celui qui ne peut pas être loué », au contraire de l'appellation Mohammed ou Mohammad.

Quand il y a des dizaines de mots en inuit pour parler de la couleur de la neige, des dizaines de mots en polynésien pour dire la force du vent, des dizaines de mots en malgache pour dire tu ou vous selon le degré de parenté ou d'intimité, il ne faut pas s'étonner que des nuances se perdent dans l'usage courant de la langue. Ni qu'on ne se comprenne pas toujours complètement.

### **Usage inadapté ou injustifié :**

On ne cesse de nous parler de ces foules d'anonymes qui suivent un enterrement, un cortège ou un hommage à une personne célèbre. Ces gens ne sont pas anonymes, ils ont un nom, qui n'est pas connu du reporter, point barre. Ils ont une raison d'être là, sûrement inconnue elle aussi du reporter.

### **Mots absents ou trop présents :**

C'est par exemple le terme présumé, devant quelqu'un éventuellement coupable de détournement de fonds, et qui a été mis en examen de ce fait. Pour autant, le présumé tireur, qui vient de balancer des rafales de kalachnikov devant les caméras ne doit pas être qualifié de suspect présumé. Un suspect est déjà présumé avoir commis un délit ou un crime. L'excès de principe de présomption d'innocence nuit gravement à la protection des vrais suspects potentiellement innocents.

## **Les fautes d'emploi ou d'appréciation**

Les mots utilisés ne sont pas formellement erronés, mais ils véhiculent volens nolens des stéréotypes, des jugements de valeurs, des partis pris conscients ou inconscients, des connotations inappropriées. A ne pas manier sans précautions.

### **Facilités de langage :**

La volonté d'être « concernant » génère l'emploi d'un vocabulaire attrape-nigaud : « Votre 13h » ou « votre Soir 3 » est proprement abusif. C'est le journal de la rédaction, voilà tout : le public n'y peut pas grand-chose. De même quand on lui parle de l'avenir de « nos » enfants : et ceux qui n'ont pas d'enfants, n'ont pas le droit de se préoccuper de l'avenir des enfants ? Cette manière de parler n'est pas seulement regrettable du fait que les journalistes eux-mêmes n'ont pas forcément d'enfants,

mais surtout par l'appropriation des jeunes qu'elle sous-entend. Les enfants et les jeunes ne nous appartiennent pas ! Dirait-on « nos femmes » ? On verrait le tollé.

Même gentiment, parler à l'antenne de « la mamie » sur laquelle on a fait un reportage est un peu trop familier pour ne pas sentir la mesure de l'infériorité sociale. Que dire alors des « quartiers », qui ne sont pas réductibles à « une zone d'habitation frappée par la pauvreté et l'insécurité », mais qui existent aussi à Neuilly ou dans le 16ème ? (ici, exemple de stéréotype inversé !)

Dans son rapport de mars 2015, l'ODI a particulièrement observé les événements de janvier, et « constaté des confusions entre islamiste et musulman - l'un est un militant, l'autre un simple croyant – ou celles entre origine et religion nationalité et religion, jusqu'à l'expression « *un médecin musulman marié à une Française* », qui a valu une volée de bois vert et une remontrance du CSA à un présentateur vedette de la télévision. Un autre présentateur a pu « *opposer le fait d'être français et le fait d'être musulman* », relève le rapport.

### **Stéréotypes facilitant amalgames et discriminations :**

Comme chacun sait, le Breton est têtue, l'Auvergnat avare, le journaliste vendu. On en passe et de pires, « le Grec » ou « la femme »... Car d'une façon générale, toute généralisation est porteuse de préjugés, de stéréotypes.

*« Tout traitement médiatique stigmatisant un groupe, dit le même rapport de l'ODI, renforce le sentiment d'ostracisme et peut encourager les comportements racistes. Ce sont donc des contenus informationnels qui portent doublement atteinte au respect des personnes. »*

Le CSA est intervenu encore pour déplorer le contenu de plusieurs éditions d'information diffusées le 9 février 2015 sur une chaîne d'info en continu concernant le scandale de la banque HSBC. Le journaliste avait écrit dans son papier : « *à côté d'eux, dans cette banque-là, il y avait des trafiquants d'armes internationaux, des trafiquants de drogue. Il y avait des gens qui ont financé Al-Qaïda. Il y avait des diamantaires juifs d'Anvers qui avaient des comptes très importants à Genève* ». Mentionner la judéité des personnes mises en cause (ou hors de cause, d'ailleurs), dans une énumération faisant référence à des trafiquants d'armes, de drogue et des personnes ayant financé Al Qaïda, peut contribuer à alimenter les amalgames et à encourager les discriminations.

Comment ne pas citer aussi au chapitre des stéréotypes la facilité avec laquelle les journalistes peuvent appeler les femmes politiques par leur prénom, pratiquant ainsi une discrète mais non moins réelle discrimination sexiste ?

### **(Pré)jugements de valeur :**

L'inanité des classifications massificatrices en « zones de non-droit », « no-go zones », a été assez démontrée pour qu'on n'y revienne pas. Mais le préjugé, tenace et pervers, peut être caché derrière une formulation apparemment anodine.

Dans une correspondance radio sur l'enquête concernant l'accident d'hélicoptères qui a décimé une équipe de télévision en Argentine, cette phrase : « *De leur côté, les enquêteurs français soulignent sans flagornerie le travail remarquable des inspecteurs argentins sur la zone du crash* ». Pourquoi « *sans flagornerie* » ? Il ne viendrait pas à l'esprit de la journaliste de l'écrire à propos d'inspecteurs américains ou allemands qui enquêteraient sur un accident survenu aux États-Unis ou en Allemagne et impliquant des Français.

Prendre ici cette précaution signifie que les Français auraient pu être amenés à exagérer la qualité des enquêteurs argentins. La seule raison qui expliquerait cette exagération n'est pas qu'ils se sont trompés notoirement dans d'autres enquêtes, ou qu'ils n'en ont jamais fait. On a beau chercher, c'est bien parce qu'ils sont argentins qu'il n'est pas flatteur mais nécessaire de dire leur compétence. Sous-entendu implicite : l'Argentine, cette nation de danseurs de tango et gauchos, a quand même quelques bons inspecteurs d'accidents d'avion. Même type de sous-entendu dans la phrase mille fois entendue : « *En Afrique, une bonne nouvelle...* » (sous-entendu pour une fois).

#### **Connotations dangereuses :**

Jeu de mots innocent ou clin d'œil populiste ? Chacun jugera de l'expression lors d'un reportage à la télévision : « *Veaux, vaches, cochons et hommes politiques se retrouvent au Salon de l'Agriculture aujourd'hui* ».

Plus subtil, la connotation parfois ignorée. Ainsi dans le traitement toujours délicat des actualités du Proche-Orient. Le terme Tsahal, acronyme de Tsa (armée) Hagana (défense) LéYisrael (d'Israël), utilisé sans article, donc avec une connotation familière, sonne comme un nom propre, et place le locuteur, même malgré lui, en position de sympathisant israélien. Il s'agit tout simplement de l'armée israélienne. Le terme salafiste, désignant les musulmans tenants d'une version traditionaliste de l'Islam (de Salaf, ancêtre) est utilisé à tort et à travers à la place des mots « intégriste » ou « islamiste ».

#### **Parti-pris conscient ou inconscient :**

Nommer les groupes armés, en les qualifiant de terroristes (voir chapitre 3), résistants, patriotes, insurgés, insoumis, rebelles, mutins, etc., n'est pas innocent. C'est donner une interprétation à l'histoire qui est en train de s'écrire, où peut-être les insurgés d'aujourd'hui seront les légalistes de demain. Prudence nécessaire.

Une simple expression couramment utilisée, « évacuation musclée » ou « intervention musclée » de la police, peut être interprétée comme une volonté de ne pas utiliser le terme violent, ou brutal. C'est à la fois flou et confortable, comme l'a qualifié un reporter. C'est « politiquement correct ». Mais la vraie question est de savoir si l'intervention est proportionnée, mesurée ou justifiée

Parler d'investisseurs dans les bourses mondiales, n'est-ce pas couvrir pudiquement ceux qu'on pourrait appeler spéculateurs ? Appelle-t-on désinvestisseurs ceux qui vendent ? Les mots sont rarement neutres, qu'on le veuille ou non.

Avoir vocation à : a priori rien de grossier ni de très agressif dans l'expression, mais justement une façon douce de dire des choses dures. Employée d'abondance dans le discours politique et détournée de son sens, l'expression, si elle est utilisée par un journaliste, masque un choix politique en le faisant passer pour un constat ou une évidence qui s'impose : quand on parle des « étrangers qui n'ont pas vocation à rester » on parle « des étrangers que nous avons décidé de faire partir », dont on a en quelque sorte déterminé la vocation, même si ce n'est pas celle qu'ils se voient pour eux-mêmes.

Employer l'expression attentat loupé à propos des attentats du stade de France, n'est-ce pas un peu trop familier ou désinvolte, n'est-ce pas avoir l'air de manifester un regret comme on le ferait d'une mayonnaise ratée, se placer dans la tête du terroriste ?

Et à propos de tête, employer le mot cerveau pour les décervelés qui planifient des attentats terroristes, n'est-ce pas un peu admiratif ? Se contenter d'organisateur, de commanditaire, de planificateur, ne serait-ce pas suffisant ?

De la même façon, écrire banalement que « *tel auteur d'un attentat ne figure pas dans la vidéo de Daech, car il n'est pas mort en martyr* » n'est-ce pas reprendre comme normale cette propagande de glorification du martyr ? A tout le moins, une distanciation marquée par des guillemets aurait été bienvenue.

### **Usage abusif et extensif du conditionnel :**

Les exemples abondent de ces informations livrées au conditionnel, et qui devraient soit être énoncées au présent ou au participe passé avec indication de la source, soit être tout bonnement tues, car on n'en sait rien et on n'a rien à dire. Mais il faut bien tenir l'antenne, et surtout en direct.

Le terme en direct ne cesse d'interpeller en effet. « En direct du pont de l'Alma » un soir de 14 Juillet, soit, c'est parfois juste. « En direct des lieux du drame », c'est parfois « non loin » des lieux du drame. « En direct de l'Elysée », c'est souvent en direct du trottoir devant l'Elysée, et c'est souvent excessif, car cela tente de faire croire que le journaliste sort à l'instant de l'Elysée où il a pu voir tout le monde qu'il a voulu, alors qu'il n'a peut-être même eu qu'un attaché de communication au téléphone...

### **Réfugiés, terroriste, Daech, Juifs de France, sectes et dérives sectaires...**

L'actualité récente a conduit les médias à une intense réflexion sur la manière de nommer les réalités les plus diverses sans tromper, caricaturer ou induire des prises de position explicites ou implicites. La tâche n'est pas aisée. Exemples.

#### **Réfugiés, exilés, migrants**

Comment qualifier ces personnes qui, à Calais, en Italie, en Hongrie, demandent passage vers un avenir qu'elles espèrent radieux ? des migrants ? des réfugiés ? des exilés ? des clandestins ? des demandeurs d'asile ? des sans-papiers ? Parfois plusieurs de ces qualificatifs ou tout cela à la fois !

Migrants est le terme générique. Il s'applique à tous, puisque tous migrent. Emigrent même, puisqu'ils veulent changer de pays. Mais ce terme recouvre des réalités bien différentes et des connotations très variables dans l'espace et dans le temps.

En Grande-Bretagne, le mot « migrant » a longtemps été neutre, puis comme dans d'autres pays, il a fini par prendre une connotation très négative. Dès lors, une journaliste de Channel 4, Lindsey Hilsum, à la suite d'Al Jazeera, a annoncé qu'elle n'utiliserait plus le mot de « migrant », et lui préférerait celui de « réfugié ».

En Italie, le terme généralement employé est celui de migrants : c'était un progrès, puisque jusqu'à la visite du pape à Lampedusa en 2013, on employait généralement le terme de clandestins. Le pire avait été dans les années 80 l'appellation de « vucumpra », issue de la formule « vuoi comprare ? » (« tu veux acheter ? »), mal prononcée par les vendeurs à la sauvette étrangers.

En Allemagne, les deux expressions « Flüchtlinge » (les réfugiés) et « Asylbewerber » (les demandeurs d'asile), ont supplanté le terme d'« Einwanderer » (les immigrés), qui avait succédé au très révélateur « Gastarbeiter », ces « travailleurs invités » (surtout des Turcs, invités ... à repartir, dont Günter Wallraff avait partagé la dure condition, décrite dans son livre reportage, *Tête de turc*).

De migrants à réfugiés, la mutation du vocabulaire employé n'est pas neutre. Le mot « migrant », très proche du mot « immigré », à la connotation plus ou moins consciemment négative, renvoie aux discours politiques où il est utilisé, le plus souvent pour refuser leur présence. Et en effet, ce terme de migrant ne reflète que faiblement la détresse de ceux qui fuient une situation de conflit, alors que le terme de réfugié invite plus formellement à la compassion. Le passage de migrants à réfugiés a donc été initié fortement par la chaîne qatari Al Jazira en août 2015 : « *Le terme parapluie "migrant" ne suffit désormais plus pour décrire l'horreur qui se déroule en mer Méditerranée. Il a évolué depuis ses définitions de dictionnaire, pour devenir un outil péjoratif qui déshumanise et distance. (...) C'est un mot qui ôte la voix aux personnes qui souffrent.* »

Juridiquement, l'appellation réfugiés n'est pas sans effet. C'est que la convention de Genève, ratifiée par 145 pays, accorde des droits aux réfugiés et donne des devoirs aux Etats signataires envers eux : « *Le terme "réfugié" s'appliquera à toute personne (...) qui, craignant d'être persécutée du fait de sa race [son origine], de sa religion, de sa nationalité, de son appartenance à un certain groupe social ou de ses opinions politiques, se trouve hors du pays dont elle a la nationalité et qui ne peut ou, du fait de cette crainte, ne veut se réclamer de la protection de ce pays ; ou qui, si elle n'a pas de nationalité et se trouve hors du pays dans lequel elle avait sa résidence habituelle à la suite de tels événements, ne peut ou, en raison de ladite crainte, ne veut y retourner.* » (Article premier du chapitre 1 de la Convention de 1951 relative au statut des réfugiés)

Est donc réfugiée toute personne qui a demandé l'asile et est reconnue par un Etat comme ayant fui son pays en raison de menaces sérieuses pour sa vie. Cette condition doit normalement être argumentée : le réfugié doit apporter à son Etat d'accueil la preuve de ces menaces. Pour les Syriens, les Afghans, les Irakiens ou les Libyens, le Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (HCR) reconnaît d'office le droit à être considéré comme réfugié, sans avoir à apporter la preuve de persécutions. Car les réfugiés sont « dans l'obligation de se déplacer s'ils veulent sauver leur vie ou préserver leur liberté ». Seuls les individus reconnus comme ayant commis des actes de violence sont exclus de cette disposition.

Si le HCR décrit la crise actuelle comme une crise de réfugiés, il utilise cependant les deux termes, réfugiés et migrants, pour décrire la population dans son ensemble, assurant par exemple que, dans les huit premiers mois « 292 000 réfugiés et migrants sont arrivés par la mer en Europe en 2015 ». [Amnesty International](#), [Human Rights Watch](#) ou encore [la Cimade](#), utilisent aussi les deux termes.

Les migrants économiques, eux, sont le plus souvent visés par les politiques restrictives en matière d'immigration. Les réfugiés en sont indirectement victimes, car les mesures de restriction d'accès sont « *appliquées de manière indiscriminée et rendent très difficile, sinon impossible, l'entrée des réfugiés dans un pays où ils pourraient trouver la sécurité et le soutien dont ils ont besoin, et auxquels ils ont droit en vertu du droit international* ».

Lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, nous sommes prévenus. Le choix des mots de ceux qui s'adressent à nous suggère de stigmatiser, ou d'accueillir<sup>45</sup>.

## **Terrorisme, terroriste**

---

<sup>45</sup> La Coordination des Sans Papiers de Paris a publié un article sur le vocabulaire employé par les médias, associations, partis, etc. « *Qui dit quoi ? S'agissant des migrants, réfugiés, demandeurs d'asile et autres exilés...* » <https://csp75.wordpress.com/qui-dit-quoi/#en-chiffres>

L'emploi des mots « terrorisme » et « terroriste » fait plus que largement débat. Que peut-on qualifier de terrorisme ? Qui peut-on qualifier de terroriste ? Ne fait-on pas le jeu du terrorisme en relayant la terreur ?

De même que parler de « mur » ou de « barrière de sécurité » peut cataloguer le pro-palestinien ou le pro-israélien, de même que parler de « forces d'occupation » ou de « coalition » en Irak rend anti ou pro-américain, l'emploi du mot terroristes peut induire une prise de position favorable ou hostile à une cause pour laquelle d'autres emploieraient le terme de résistants, voire de patriotes, sinon de libérateurs ! L'histoire ancienne ou récente regorge d'exemples de retournements de situation.

Les dictionnaires nous aident-ils ? L'Académie française date un peu avec son « régime de terreur politique », presque autant que le Littré avec le simple « règne de la terreur ». L'Encyclopedia Universalis semble plus proche des réalités d'aujourd'hui avec « emploi de la violence pour imposer ses idées politiques ou son autorité », tandis que le Larousse explique tout simplement et plus complètement, que le terrorisme est « un ensemble d'actes de violences (attentats, prise d'otages, etc.) commis par une organisation pour créer un climat d'insécurité, exercer un chantage sur un gouvernement, ou satisfaire une haine à l'égard d'une communauté, d'un pays, d'un système ».

Alors que la presse française, en janvier 2015, qualifiait sans états d'âme les frères Kouachi ou Amedy Coulibaly de « terroristes », la BBC parlait le plus souvent de « tireurs » ou d'« assaillants », et s'en expliquait : « Nous essayons d'éviter de dire qu'un individu est un terroriste ou de dire qu'un acte est terroriste. Terrorisme est un mot tendancieux. Cela fait plus de dix ans que l'ONU essaye de définir ce mot, et ils n'y arrivent pas. C'est très difficile. Nous parlons de violence politique, de meurtre, de bombardement, de fusillade. Nous pensons que c'est beaucoup plus informatif que d'utiliser un mot comme terroriste, que les gens ne considèrent pas comme neutre. »

La BBC, dans un retour réfléchi sur ses pratiques d'information, a relevé qu'elle employait assez facilement le mot terroriste lorsque l'attentat avait lieu à Londres, mais beaucoup moins pour un attentat en Israël ou en Palestine, en Irak ou en Egypte. Et que cela n'était pas neutre : « Avant d'évaluer les mérites des différentes causes des criminels, les actes des différents gouvernements contre les criminels, ou même la valeur des vies humaines civiles loin de chez nous, nous devons être prudents et veiller à ne pas donner l'impression que nous avons une sorte de jugement de valeur implicite ou non garanti. »

Dès lors, dans ses règles éditoriales, la BBC n'interdit pas formellement l'usage du mot terroriste, mais elle demande à ses journalistes de « bien réfléchir » avant de l'utiliser : « Il est possible de faire part de l'horreur et de l'impact humain de ces actes de terreur sans utiliser le mot terroriste pour en décrire les responsables. Le mot terroriste n'a pas un sens universel. » Et la BBC conclut : « Si vous voulez utiliser le mot, assurez-vous que son utilisation va aider plutôt qu'elle n'entravera la compréhension n'importe où qu'elle soit vue ou entendue. Faites-le avec parcimonie, en ayant demandé l'avis de journalistes plus expérimentés. »

Reuters soutient une position proche de celle de la BBC: elle a parlé de « tireurs islamistes » pour qualifier les frères Kouachi, et même pour le 11 septembre, elle n'avait pas utilisé le mot « terroriste », selon elle « trop chargé émotionnellement » et trop proche d'un « jugement de valeur ».

Dans la culture française, le rapprochement avec le terme « résistants » est sans doute éclairant quant aux enjeux du vocabulaire. Le mot « résistance », dans son premier sens, est neutre : il désigne l'opposition d'une force physique à une autre. Il a acquis une noblesse historique pendant la seconde guerre mondiale en France au point de mériter une majuscule. Mais les « résistants » qui faisaient sauter des trains étaient considérés comme des « terroristes » par les Allemands et par le gouvernement de Vichy. Etaient-ils responsables d'« attentats » ? Ce mot en lui-même n'est pas neutre. Et les situations dans le monde sont souvent infiniment plus complexes à juger que l'occupation d'un pays par un autre.

Loin d'être une lâcheté, l'abstention d'utiliser le mot terrorisme est une bonne précaution quand son emploi risquerait de nuire à la neutralité de l'information transmise. Cet emploi est d'ailleurs souvent inutile, dit le guide d'usage de Radio France : « L'adjectif « terroriste » accolé à attentat n'apporte pas grand-chose à l'information ; le substantif « terroriste » peut aisément être remplacé par l'auteur de l'attentat ». Ceci pour la transmission de l'information brute. Dans un éditorial ou une analyse bien évidemment, la prise de position, donc la qualification de terrorisme ou terroriste, ne pose pas de problèmes de principes.

L'un des critères de reconnaissance d'un terrorisme bien défini est le fait que les auteurs s'attaquent le plus souvent à des gens qui ne sont pas des décideurs ou des acteurs politiques ou militaires, mais des civils, pris au hasard (RER 1995, Londres, Barcelone...) ou comme symboles (des militaires pour Mohamed Mérah, des caricaturistes pour Charlie Hebdo) : il ne s'agit pas de « répondre » à une action militaire, mais de répandre la terreur dans les populations.

Accessoirement, quoiqu'utilement, dans son rapport intermédiaire de mars 2015, l'ODI pose aussi la question du respect de la dignité humaine des terroristes, qui quoique criminels, ont droit au respect de leur dignité fondamentale : « abattu » était-il y a peu réservé aux animaux, de même que prédateur ; monstrueux qualifie un acte, mais son auteur devient-il pour autant un monstre ?

### **Etat islamique**

L'émergence de l'organisation « Etat islamique » dans l'actualité de ces derniers mois, avec son cortège d'horreurs et sa capacité avérée de mise en scène de la terreur, et d'utilisation des réseaux sociaux a conduit les médias, français notamment, à des réflexions toujours en cours sur la façon de traiter les agissements, et même en tout premier lieu, de nommer « l'Etat islamique ».

En Grande-Bretagne, la BBC a été accusée de faire le jeu du terrorisme avec son intention de rester « impartiale » et de nommer l'organisation par le nom qu'elle s'est donnée. Le Premier ministre britannique a reproché à la radio publique britannique d'utiliser ce terme « Etat islamique », alors que lui-même emploie l'acronyme anglais « ISIL », qui signifie malgré tout « État islamique en Irak et au Levant ».

Selon 120 députés ayant pétitionné auprès de la BBC, cette appellation cause du tort aux musulmans dans leur ensemble et semble légitimer le califat. A la Chambre des communes, de plus en plus d'élus se sont mis à utiliser le terme « Daech », qui s'est imposé en France.

Le patron de la BBC, lui, a estimé que le mot Daech serait péjoratif et utilisé uniquement par les ennemis du califat. Mais malgré tout, de plus en plus de présentateurs ont employé à l'antenne des périphrases du type « l'Etat autoproclamé » ou le « soi-disant » État islamique.



En France, la première à synthétiser la réflexion a été la directrice de l'information de l'Agence France Presse, Michèle Léridon, suivie du médiateur du Monde, Pascal Galinier, en septembre 2014. Avec d'autres, ils ont contribué à poser les éléments du dilemme : dire sans se prêter à la manipulation ; équilibrer le devoir d'informer et la dignité des victimes exhibées ; ne pas relayer une propagande haineuse et ultraviolente ; ne pas donner un semblant de légitimité à un « Etat » qui s'est ainsi nommé pour précisément se légitimer un tant soit peu.

Sur ce chapitre, on ne peut donc faire mieux que de reprendre leurs réflexions :

Michèle Léridon : *« Nous avons décidé de ne plus employer telle quelle l'expression Etat islamique. Désormais, l'AFP utilisera l'expression « l'organisation Etat islamique » ou « le groupe Etat islamique ». Dans les titres des dépêches ou dans les « alertes », nous utiliserons si possible l'expression « djihadistes de l'EI ».*

*« Une agence de presse internationale ne peut céder au « politiquement correct », ni aux pressions des uns et des autres pour que nous employions des termes tendancieux comme « terroristes » ou « égorgeurs ». Bien sûr, nous ne pouvons pas changer le nom de cette organisation si elle a décidé de s'appeler comme ça, ni employer quelque chose comme « organisation qui se fait appeler Etat islamique ». De même, le mot « Daech », l'acronyme de l'EI en arabe qui a été choisi notamment par le gouvernement français pour désigner l'organisation, est difficilement compréhensible pour le plus grand nombre.*

*« Nous jugeons que l'expression « Etat islamique » est inappropriée pour deux raisons : un, il ne s'agit pas d'un véritable Etat, avec des frontières et une reconnaissance internationale. Et deux, pour de nombreux musulmans, les valeurs dont se réclame cette organisation ne sont en rien « islamiques ». Le nom « Etat islamique » est donc susceptible d'induire le public en erreur. »*

Pascal Galinier, à travers le choix de témoignages de lecteurs ou de rédacteurs du Monde, visite la même problématique sur l'appellation du groupe EI. Il a bien compris que *« ce qualificatif d'Etat tend à en « normaliser » l'existence, cadeau de communication fait à de cruels assassins, les assimilant à une force légitime avec laquelle on aurait la faiblesse d'aller négocier. »* Mais il relaie l'explication du grand reporter Rémy Ourdan : *« Nous n'avons pas à choisir les noms des organisations, associations, mouvements politiques, mouvements armés, etc. Nous reprenons les noms qu'ils s'attribuent eux-mêmes. C'est factuel. A nous ensuite, dans nos reportages, analyses et éditoriaux, d'expliquer ce qu'est l'« Etat islamique », et donc effectivement pas un « Etat » au sens commun du mot Etat. »*

Raisonnement audible, mais contestable ? Une lectrice se demande ce qu'aurait fait *Le Monde* si l'organisation s'était appelée « Amour et justice » !

*« La presse allemande fait toujours précéder « Etat islamique » du qualificatif « l'organisation terroriste », clarifiant ainsi le statut de cette organisation »,* rapporte un lecteur. Le chef du service correction du quotidien explique lui : *« Nous recommandons de mettre « Etat islamique » entre guillemets lors de la première mention dans l'article, si possible en précisant « l'organisation ». Ensuite, on s'évertuera à mettre le sigle EI, car nous n'ignorons pas que l'EI a délibérément choisi cette appellation pour se parer d'un semblant de légitimité »...*

En outre, pour être absolument précis, il faut dire que « Daech » n'est pas l'acronyme arabe de l'État islamique, mais celui de l'Etat islamique en Irak et au Levant (ou en Syrie), à savoir « dawlat al-islamiyyah fi-l-'iraq wa-ch-cham », qui, quelle que soit la position que l'on adopte sur le nommage de

cette organisation, ne correspond plus à la situation depuis que l'État islamique a abandonné sa territorialisation limitée à l'Irak et à la Syrie.

Mais l'acronyme en arabe de « Etat islamique » serait simplement « Da », peu compréhensible à l'oral et que personne ne propose. Le choix est soit d'en rester à EI pour « Etat islamique », d'autant disent certains que cet « état » remplit de plus en plus de critères universellement admis par le droit international pour constituer un Etat. Soit de continuer à dire Daech, appellation qui a le bénéfice de l'ancienneté et dont le public sait maintenant à quoi il fait référence quelle que soit son expansion géographique, font remarquer d'autres. Soit enfin d'utiliser « le groupe dit Etat islamique » ou « le groupe « appelé Etat islamique » ».

Tout est dit.

### **Juifs de France**

C'est peu de le dire : on sait par avance, abordant le sujet, qu'on avance en terrain miné par les sensibilités les plus diverses et les plus réactives, les diversités d'origine et d'histoire du public, sans parler des diversités de culture et de connaissances historiques. Ce n'est pas une raison pour renoncer.

La controverse est née de deux titres de journaux : « *Juifs de France : la tentation du départ* » (*Le Monde* du 21 janvier 2015) « *Juifs de France : la force de l'attachement* » (N°28 de *L'Express Regards sur l'histoire*). Aucun des deux médias n'est suspecté d'antisémitisme, bien sûr. Cela élimine une partie de la controverse.

Mais déclenche pourtant de vives réactions, très vives réactions. De François Heilbronn envers *L'Express* : « *Vous me renvoyez à mon statut pré-émancipation de Juif d'abord et défini uniquement par une appartenance territoriale : apatride, donc ! De quel droit nous renvoyer à un statut géographique, territorial, et non national ? Une telle expression nous renvoie au ghetto et nous blesse.* » De Lyne Cohen-Solal, élue parisienne : « *Ce titre m'a choquée. Ces mots ont provoqué chez moi un sentiment d'exclusion. Personne ne nous a distingués, nous les juifs français, par notre religion, depuis Vichy et Pétain* ».

*Le Monde*, conscient d'avoir « *réveillé des douleurs anciennes* », regrette un titre « *malheureux et maladroit* ». Se défend d'avoir voulu « *fragmenter* » la France, cite même Jamel Debbouze, « *Français, musulman, marié à une chrétienne* » et qui déclare « *La France, c'est ma mère* ». A l'opposé de la définition de Tariq Ramadan : « *Un musulman français est un Musulman qui vit en France* » au lieu de dire « *un Français de confession musulmane* » ?

Car c'est bien de cela dont il s'agit : de l'allégeance reconnue, revendiquée, avouée ou vécue : d'abord de son pays ? d'abord de sa religion ? d'abord de sa classe sociale pourrait-on ajouter en pensant aux milliardaires apatrides ou exilés ? On comprend la rage de ceux qui se sentent Français, éperdument français, devant ce simple soupçon de double allégeance, pour lequel hélas le premier ministre israélien en janvier à Paris a semé des graines d'incompréhension.

*L'Express*, lui, « *ne regrette rien* », car il proteste de sa lutte contre le racisme et l'antisémitisme, car il explique avoir fait œuvre d'histoire sur le statut des Juifs en France, car il cite d'autres personnalités juives ayant elles-mêmes employé l'expression « Juifs de France ».

Et si chacun, en cette affaire, était de bonne foi ? Et si Lucien Jedwab, chef du service de correction du *Monde*, les mettait d'accord en posant la question : « *Le terme « juif » renvoie-t-il à une religion, un peuple, une histoire, un destin ou à une identité ? Oi ! oi ! oi ! (expression yiddish) »* ? Quand il s'agit de religion, c'est facile : on écrit « juif » comme « catholique » ou « bouddhiste » (avec une minuscule). Quand il s'agit d'Histoire, de Temple, de Romains, de révolte, de la guerre des Juifs, justement, ceux-ci - comme les Bretons ou les Goths - ont droit à une majuscule. Après, ça se complique. *Le Monde* a pris le parti, par convention, d'écrire le mot « juif » avec une minuscule. Cela a des avantages. Et quelques inconvénients. Cela évite d'avoir à se prononcer sur l'existence d'un « peuple juif ». Et il y a là matière à disputes. Employons donc les bons mots : Si « feufs », c'est cool, il y a aussi des « juifs pratiquants », des « juifs orthodoxes », des « Français d'origine juive », des « juifs originaires d'Afrique du Nord », et des « juifs partisans de la paix avec les Palestiniens ». Et même des « juifs qui refusent qu'on les appelle juifs ».

### **Une question de contexte**

Prenons en ces sujets plus de précautions qu'un éléphant dans un magasin de porcelaine. Ne confondons pas origine et religion, nationalité et religion. Expliquons aussi que beaucoup, dans la perception d'une discrimination potentielle, tient au contexte, au lieu d'émission de l'information. Ainsi, l'expression « *Les Catholiques de France* », à la « une » de *La Croix*, pour rendre compte d'une enquête sociologique dans les milieux catholiques ne prête pas (trop) à polémique, si elle n'est pas trop généralisante, mais peut être douteuse dans d'autres contextes. Le « vote juif », le « vote musulman », le « vote catholique » (à supposer qu'ils existent) peuvent-ils être étudiés aussi calmement que « le vote des femmes », « le vote des jeunes », le « vote des Alsaciens », celui des Auvergnats ?

Appelons-en à l'intelligence la plus répandue pour comprendre que les perceptions des uns et des autres peuvent être légitimement différentes, en fonction d'une histoire personnelle ou d'un vécu différent, indépendamment des intentions des auteurs.

Méditons la maxime d'Edmond Wells dans son Encyclopédie du savoir relatif et absolu : « *Entre ce que je pense, ce que je veux dire, ce que je crois dire, ce que je dis, ce que vous avez envie d'entendre, ce que vous entendez, ce que vous avez envie de comprendre, ce que vous comprenez, il y a dix possibilités qu'on ait des difficultés à communiquer, mais essayons quand même...* »

Cela n'invite pour autant à aucune compréhension vis-à-vis du racisme, de tous les racismes, quels que soient ceux qui sont visés. Le racisme n'est pas une opinion. Lorsqu'une opinion exprimée publiquement vise à inciter au racisme, c'est un délit.

### **Secte ou dérive sectaire**

Au nom de la lutte – légitime - contre les dérives sectaires, les mots « secte » et « dérive sectaire » sont souvent employés à tort et à travers, de façon abusive, au mépris de la présomption d'innocence et sans que les accusés puissent se défendre. C'est un sujet sensible, complexe, traité généralement de façon passionnelle et réductrice. Sans rappeler qu'une Eglise respectable est souvent une secte qui a réussi, sans défendre des dérives évidentes et prouvées, une analyse plus détaillée du phénomène amène à comprendre comment de nouvelles pensées, spiritualités, ou des méthodes naturelles de santé sont parfois diffamées au seul motif de sortir des canons habituels ou de la bien-pensance dominante.

Le mot « secte » est un des plus riches qui soit en polysémie. Les dictionnaires se contentent de parler assez sobrement d'un « *ensemble de personnes qui professent une même doctrine religieuse ou philosophique, qui ont une même doctrine au sein d'une religion, et par extension d'une coterie, un parti* ». Mais le terme est utilisé, particulièrement en France, quasi uniquement dans son sens péjoratif, avec le contenu et le contexte que lui ont donné des procès déjà assez anciens, et un rapport parlementaire peu soumis à la critique. Le mot en vient à recouvrir une large gamme de comportements sociaux que la société méprise ou dont elle a peur, confondant escrocs et manipulateurs avec des groupes dont les pratiques religieuses ou médicales sortent du rang ou de l'habitude.

Rien de commun pour autant entre Boko Haram, la scientologie, l'anthroposophie, les Témoins de Jehovah, le New Age, les anti-vaccinalistes, les homéopathes, les méditeurs de pleine conscience, les écologistes fondamentalistes, tel parti politique, les naturopathes et autres partisans de ces médecines douces, quantiques ou intégratives, « *non validées scientifiquement et qui sont autant de pertes de chance pour les patients* ». En fait, est souvent cataloguée « secte » toute voie, toute pratique, souvent contestataire et qui ne bénéficie pas du cachet académique ou institutionnel. Ou qui professe une foi différente de celle véhiculée par les religions « reconnues » ou historiques.

Un seul exemple pour convaincre : le dernier rapport de la Miviludes stigmatise la naturopathie. La Suisse, elle, vient de reconnaître le métier de naturopathe en lui donnant un titre reconnu et protégé dans tout le pays : praticien de naturopathie avec diplôme fédéral. Ils sont 2 500 en Suisse, dans quatre disciplines définies à la suite d'une votation de 2009 reconnaissant l'ensemble de la médecine complémentaire non-médicale.

Le public (et surtout les membres des groupements concernés, qui ont aussi droit au respect) apprécierait donc sans doute qu'on se contente de dénoncer les actes répréhensibles au regard de la loi, commis par tel ou tel groupe, sans affubler de ce qualificatif devenu infâmant, et sans plus d'examen, ceux qui pensent ou agissent à l'écart de l'establishment.

## Race

La polémique sur le terme n'est pas née de son emploi par Nadine Morano, mais elle a fait florès pendant un temps<sup>46</sup>. A priori, on pourrait se dire que l'emploi du mot par un média devrait tout simplement être banni (ou immédiatement suivi d'une mise en contexte), au motif que « *les races n'existent pas scientifiquement chez les humains* », dit la majorité de la communauté scientifique. Albert Jacquard avait coutume d'expliquer que le nombre de gènes communs était plus élevé entre un Noir et un Blanc qu'entre un Basque et un Breton...

Le problème, qui ne facilite pas le travail des journalistes, avec le mot « race » est que :

- certains scientifiques continuent à l'utiliser : dans un article du magazine *La Recherche* de 2004, on peut lire : « *Contrairement à l'idée défendue depuis le milieu du XXe siècle, on peut définir scientifiquement des races dans l'espèce humaine. La connaissance du génome humain permet en*

---

<sup>46</sup> Nadine Morano dit faire référence au général de Gaulle. Or, de Gaulle n'a jamais prononcé cette phrase en public et ne l'a jamais écrite. Elle est « rapportée » par Alain Peyrefitte, plus de 20 ans après la mort du général, qui ne pouvait donc le contredire. Peyrefitte est par ailleurs coutumier du fait ; il cite nombre de « réparties » du général qui ne sont pas vérifiables.

*effet de regrouper les personnes selon les zones géographiques d'où elles sont issues. En revanche, les usages que l'on prétend faire en médecine d'une classification raciale sont sujets à caution. »*

- les textes législatifs français continuent à employer le terme de « race », et cela d'abord en interdisant toute discrimination raciale. Le décret du 2 février 1990 a autorisé le fichage des « origines raciales » des personnes. En 1983, la loi relative aux droits et obligations des fonctionnaires se réfère à l'ethnie, et non à la race. Elle a été amendée par la loi du 16 novembre 2001 sur la lutte contre les discriminations, qui a réintroduit le mot « race ». La demande du député Michel Vaxès (PCF), en 2003, de supprimer la notion de race du discours législatif et juridique français a été rejetée par la majorité. Quelques années auparavant, les signataires de la Charte Galilée 90, dont le ministre Jean-François Mattéi, avaient demandé le retrait du terme de « race » figurant à l'article 1<sup>er</sup> de la Constitution.

Même s'il ne correspond pas à une réalité scientifique admise, un mot ne saurait être banni du vocabulaire. Ce n'est pas parce que quelque chose n'existerait pas qu'on ne pourrait le nommer : adieu les elfes ? adieu les fées ? Là encore, c'est bien entendu une question de contexte qui va conduire à pouvoir utiliser le mot, dans le traitement de l'actualité où il est employé, sans complaisance ni connotation raciste. Et si c'est nécessaire avec une réaction sur son emploi banalisé ou malveillant.

## **Conclusion**

Aucun mot ne peut prétendre être neutre. Chaque expression contient une charge positive ou négative pour celui qui l'emploie ou celui qui le reçoit. Mais la recherche du mot le plus juste possible est une exigence du public, un des critères qui devrait permettre de distinguer le journaliste attaché à informer et exerçant son esprit critique du blogueur ou du twittos surtout attaché à s'exprimer.

Aucune règle miraculeuse ne permet de faire face à toutes les dérives ou perceptions de dérives concernant le vocabulaire. Sinon l'impératif est de réfléchir. Faire attention

- à la correction dans le choix des mots (il existe des dictionnaires et des guides utiles)<sup>47</sup>

- à la prudence dans le choix des mots et expressions (peuvent-ils être mal compris, malgré moi ?)

Une réflexion collective des journalistes dans les rédactions, une explication au public des règles d'emploi des mots que se donnent les médias (ce qui a parfois été fait récemment en presse écrite, en radio ou en télévision) : ces vœux ont d'autant plus d'importance à l'heure du tout-info, de l'info instantanée et continue. Pas d'autocensure aseptisée cependant : le mot de l'année 2015, choisi comme chaque année par les 100 000 internautes familiers du Festival du mot de La Charité-sur-Loire a été « liberté d'expression ». Tout un programme.

---

<sup>47</sup> Ressources internet : <http://correcteurs.blog.lemonde.fr>, le blog « langue sauce piquante » des correcteurs du *Monde* ; <http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/terminologie/85080>, la base de données de la Délégation générale à la langue française ; <http://www.termisti.org/>, la base de données terminologiques de la Communauté française de Belgique ; <http://www.granddictionnaire.com/>, le grand dictionnaire terminologique de l'Office québécois de la langue française ; [http://www.csa.fr/infos/langue/langue\\_listemots.php](http://www.csa.fr/infos/langue/langue_listemots.php), le lexique terminologique du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

## Objectivité de l'information, honnêteté du journaliste

La publication dans le rapport 2014 de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information d'une phrase péremptoire concernant l'objectivité journalistique<sup>48</sup> « qui n'existe pas » et les mots « objectif, objectivité » qui « doivent être bannis », les journalistes préférant parler d'honnêteté, a relancé un vieux débat. Un groupe de réflexion de l'ODI a réexaminé les termes de ce débat. Le document ci-dessous résume les points de convergence. Le souci commun du groupe a été de respecter scrupuleusement la finalité du métier de journaliste telle qu'elle est définie dans une Déclaration de l'UNESCO de 1983.

### Objectivité de l'information

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

Peut-être en écartant d'abord les définitions philosophiques ou scientifiques du mot pour s'en tenir à son acception courante : est objectif ce qui est exempt de partialité et de préjugés. Mais nous savons que l'observation d'un événement et sa relation ne peuvent être réalisées indépendamment de la personnalité, de la culture, des convictions et des préoccupations des journalistes qui en sont, individuellement ou collectivement, les auteurs.

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

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

*Comment un journaliste peut-il tendre vers l'objectivité ?* La réponse ne relève pas d'un comportement moral mais de la mise en œuvre d'une méthodologie professionnelle de construction de l'information.

Pour fournir au public une information complète, précise, et la plus exacte possible, le journaliste doit se donner ou se faire donner les moyens de connaître tous les aspects d'un événement, de les situer dans leur contexte, de vérifier et de recouper les sources, de présenter de façon équilibrée et impartiale les points de vue des acteurs en présence, et savoir, quand il le faut, penser contre lui-même.

---

<sup>48</sup> <http://www.odi.media/les-rapports-de-l-odi/>

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

La mise en œuvre d'une méthodologie rigoureuse pour tendre vers l'objectivité s'insère dans le cadre plus large de l'exigence déontologique : le journaliste utilise la liberté d'expression pour satisfaire le droit du citoyen à l'information ; les informations qu'il publie doivent l'être dans un esprit d'équité et de responsabilité, en respectant les devoirs définis par les chartes professionnelles.

Cette exigence implique aussi que le journaliste évite de « surfer » sur les préjugés et les clichés à la mode, de préférer le brillant de la forme à la solidité de l'information, ou encore de mélanger son point de vue avec la présentation des faits, de mettre en avant sa personne plutôt que l'événement.

C'est à ce prix que la recherche de l'objectivité doit permettre de s'approcher au plus près d'une restitution fidèle de la réalité et, au-delà, d'exprimer la vérité.

### **Honnêteté du journaliste**

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

On pourrait peut-être définir le « journaliste honnête » comme celui « *qui fait preuve de rigueur et de respect des règles de bonne conduite dans l'exercice de son métier* »... Respecter les règles, c'est aussi rechercher la vérité, s'efforcer à l'équité, à l'impartialité, etc.

Ce qui renvoie bien évidemment à l'existence de règles reconnues et s'imposant à tous au moins en principe, ce qui n'est pas le cas en France. Au reste, n'est-ce pas exactement la même chose que dans la société ? L'honnête homme est celui qui respecte les règles de respect des autres, de bienséance, de probité intellectuelle, etc. Un homme honnête est celui qui ne triche pas, ne s'approprie pas le bien d'autrui.

La notion d'« honnêteté de l'information » ne peut toutefois pas être évacuée, parce qu'elle serait trop vague ou trop morale. Bien au contraire. Depuis le 17 janvier 1989, elle s'impose à tous. Le Conseil constitutionnel a en effet lié dans une décision « l'honnêteté et le pluralisme de l'information » (article 28 nouveau de la loi du 30 septembre 1986<sup>49</sup>). Il indique que les exigences relatives « *au respect de l'honnêteté et du pluralisme de l'information ont un caractère impératif* ». Il a réitéré à l'identique dans une autre décision (21 janvier 1994), peut-être d'autres. Il le dit pour l'audiovisuel, concerné par la loi de 1986, mais on peut légitimement affirmer qu'un tel impératif constitutionnel est valable pour tous les médias.

---

<sup>49</sup> <http://legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000512205&fastPos=1&fastReqlid=78965485&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>



Le problème est que « l'honnêteté de l'information » n'a pas été définie par le législateur. Est-ce d'ailleurs à lui de le faire ? Si un code composé des règles de bonne conduite avait été accepté par tous (éditeurs de média, agences, journalistes), la question aurait été réglée. Elle pourrait l'être à l'avenir. Devant ce vide, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (chargé d'assurer le respect de l'honnêteté de l'information sur les chaînes de radiotélévision) a défini des critères concrets, insérés dans les conventions et cahiers des charges à partir de 1997, puis dans un ensemble de principes<sup>50</sup>, définissant aussi lui-même la notion de « maîtrise de l'antenne »<sup>51</sup>. De son côté, devant le même vide, France Télévisions (seule entreprise de l'audiovisuel à notre connaissance) a défini les contours de l'honnêteté de l'information dans sa « Charte des antennes », rendue publique le 10 juillet 2011<sup>52</sup>.

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

### **Responsabilité du journaliste selon l'UNESCO (1983)**

*« La tâche primordiale du journaliste est de servir le droit du peuple à une information véridique et authentique, par un attachement honnête à la réalité objective, en plaçant consciemment les faits dans leur contexte adéquat, en relevant leurs liens essentiels, sans entraîner de distorsions, en déployant toute la capacité créatrice du journaliste, afin que le public reçoive un matériel approprié lui permettant de se forger une image précise et cohérente du monde, où l'origine, la nature et l'essence des événements, processus et situations, seraient compris d'une façon aussi objective que possible ».*

---

<sup>50</sup> <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-deontologie-de-l-information-et-des-programmes/Les-domaines-couverts-par-la-deontologie-et-les-missions-du-Conseil>

<sup>51</sup> <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-deontologie-de-l-information-et-des-programmes/La-maitrise-de-l-antenne-une-obligation-generale>

<sup>52</sup> [http://www.francetelevisions.fr/downloads/charte\\_des\\_antennes\\_web.pdf](http://www.francetelevisions.fr/downloads/charte_des_antennes_web.pdf)

## Objectifs et missions de l'ODI

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

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

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

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

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

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

**L'ODI est résolument tripartite : il regroupe des entreprises et fédérations d'entreprises, des associations et syndicats de journalistes, des associations représentant les publics. Tous les supports d'information, presse, radio, télévision, agences et numérique, font partie du champ de l'ODI.**

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

## Instances et organisations membres de l'ODI

### Associations et syndicats de journalistes professionnels

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

### Entreprises et syndicats d'entreprises de médias

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

### Associations représentant le public

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

Et les adhérents individuels

### Le Bureau de l'ODI

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

### **Les groupes de travail de l'ODI**

Groupe 1. Exactitude et véracité

Groupe 2. Conditions de production

Groupe 3. Respect des personnes

Groupe 4. Relations avec les sources

Groupe 5. Initiatives positives

### **Les groupes thématiques de l'ODI**

Images

Véracité, honnêteté, objectivité

Vocabulaire

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

**Twitter :** [@ObsODI](https://twitter.com/ObsODI)

**Facebook :** <https://www.facebook.com/pages/ODI-Observatoire-de-la-d%C3%A9ontologie-de-l'information/1456995984544110>

**Site Internet :** <http://www.odi.media>

## Bulletin d'adhésion 2016



### ODI Observatoire de la Déontologie de l'Information

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

Adhère à l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) pour l'année 2016

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

Le règlement :

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

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

Prière d'envoyer chèque et/ou bulletin à :

**Patrick Eveno, président de l'ODI,**

**90, rue du faubourg Saint-Martin 75010 Paris, [odi.observatoire@gmail.com](mailto:odi.observatoire@gmail.com) 06 16 26 81 84**

<http://www.odi.media>

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

**N° d'inscription à la Préfecture de Police : W751219191**

**SIREN : 818 119 984 SIRET : 818 119 984 00016**