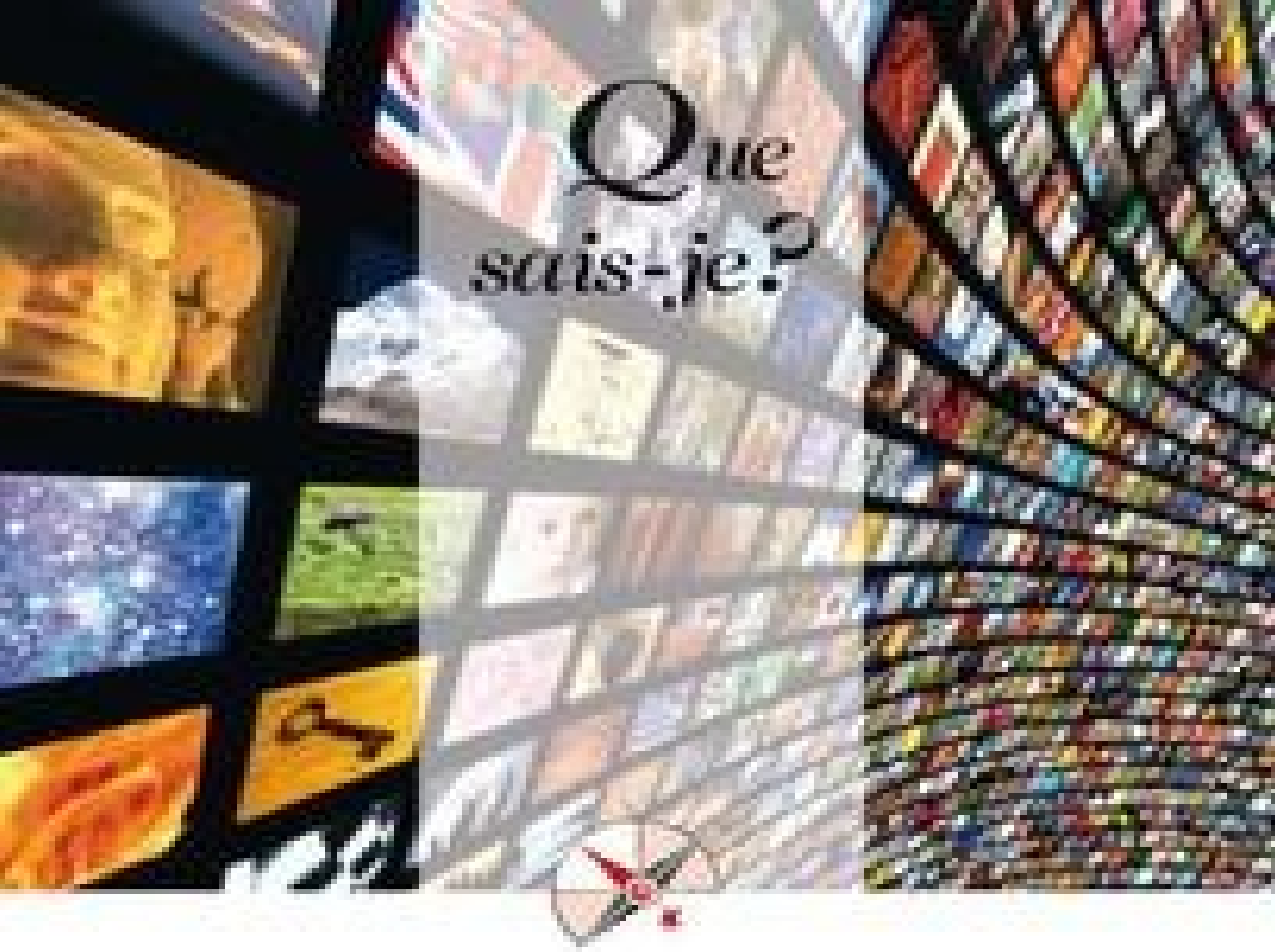

L'ÉTHIQUE DU JOURNALISME

Éric Rohde

puf

QUE SAIS-JE ?

L'éthique du journalisme

ERIC ROHDE

Introduction

À la fois commandement et construction, l'éthique du journalisme ne déroge pas à ce qui détermine toute éthique : elle ordonne, mais il faut consentir un effort important pour entendre sa voix. Parce qu'elle est professionnelle, l'éthique du journaliste s'incarne nécessairement dans un rapport entre l'individu et la collectivité d'un média donné. C'est la première dimension de la question ; la seconde est que ce rapport se retrouve, à une échelle supérieure, entre le corps d'une rédaction et la collectivité du public.

Cela ne nous dit pas encore ce qui est en jeu. La fonction et la place de l'information, encore peu théorisées par la pensée académique, ne sont pas définies par les règles de la politique. Le droit à l'expression est dûment établi dans les démocraties ; celui de disposer d'une information ne l'est pas, même dans les normes les plus modernes, comme la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, et la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. Elles évoquent le droit de « recevoir ou de communiquer des informations », et non celui de les obtenir qui, seul, serait susceptible de légitimer la responsabilité du journaliste qui doit les recueillir en amont, pour les livrer au public. Quand enfin, le traité de Lisbonne parle d'un « droit à l'information », il s'en tient à celui des « consommateurs ». Un premier pas ?

Aller jusqu'au bout de la reconnaissance du rôle de l'information, en faisant entrer celle-ci dans le dispositif des droits fondamentaux, est-ce là une perspective envisageable ? Comment confier, dans un cadre juridique et à une fin politique, une mission d'information du public-citoyen aux entreprises privées que sont les médias ? La question ne vaut pas moins à l'égard d'un service public d'information. Elle se pose d'autant plus vivement que nul ne sait, au juste, en quoi consistent la transformation par le journaliste de l'information première en information-média et le geste éditorial de confection d'une édition donnée. La foisonnante bibliographie consacrée à l'information ne conduit pas à d'autre conclusion que celle du politologue Denis Ruellan : le journalisme, « invention permanente et collective », c'est le « professionnalisme du flou » [1].

Cet enjeu revêt aujourd'hui une dimension nouvelle. Si l'expérience a montré que moins d'information ou pas d'information était synonyme de régression politique ou de dictature, il n'est pas certain que plus d'information constitue nécessairement un progrès. Plusieurs analyses (nous les croiserons dans le chapitre I), prolongeant la vision d'une société marchande spectaculaire pensée par Guy Debord, estiment que celle-ci se confond désormais avec la société spectaculaire de la communication, dont les médias et les journalistes sont les coartisans. Plus grave peut-être, plus douloureux aussi, est le constat dressé par Jacques Gonnet, spécialiste des médias et de l'éducation : la connaissance du monde et des horreurs dont les hommes sont capables n'entravent pas la survenue de nouveaux maux et d'autres drames [2]. La surabondance d'information et, au milieu d'elle, l'abondance d'une information de qualité nous annihilerait-elle ?

Ces considérations, qui s'ajoutent à celles sur l'atomisation de l'information à l'ère du tout numérique, doivent-elles inciter les journalistes à une (ré-)invention permanente et collective du sens de leur travail ? À quoi faut-il s'intéresser, comment obtenir l'information première, que restituer, comment, et au nom de quoi ou de qui ? Ces questions éminemment difficiles présentent un arrière-

plan très simple :

1. il est certain que les journalistes doivent disposer d'une liberté absolue de leur initiative ; si un tiers ou une norme devait leur dire *a priori* quoi faire et de quelle manière, il n'y aurait, *stricto sensu*, plus d'information ;

2. tout reportage, toute enquête, toute mise en forme et toute publication, parce qu'ils sont possibles, ne sont pas forcément à réaliser.

Un média, c'est une suite d'éditions ; un apprentissage, où la critique *a posteriori* aurait toute sa place, est possible. Là est l'espace de la construction éthique. Modestement, ce livre essaie d'apporter un peu de matière sur le sujet. Nous y défendons aussi une théorie, celle de l'information-média comme lieu de la conscience collective des États-nations contemporains. C'est à l'élaboration de cette conscience que l'éthique du journalisme est dévolue.

Notes

[1] D. Ruellan, *Le Journalisme ou le professionnalisme du flou*, Grenoble, pug, 2007.
[2] J. Gonnet, *Les Médias et l'indifférence : blessures d'information*, Paris, puf, 1999.

Chapitre I

Un univers d’indéterminations

I. Vocabulaire imprécis

Si l’univers de l’information est difficile à saisir, c’est d’abord en raison de son vocabulaire de référence : soit ses termes ne recouvrent pas un sens univoque, soit ils désignent un objet plus ou moins insaisissable.

1. Actualité

Communément, c’est ce qui se passe dans la vie de tous les jours ; à un second degré, c’est ce qui se passe quand les médias en parlent. Parmi les journalistes, le terme est assorti d’une nuance indicible, presque mystérieuse, qui traduit pourtant une forte prégnance : l’actualité est ce à quoi on n’échappe pas. Dire « c’est l’actualité » dans une rédaction, y compris dans celle d’un périodique, revient habituellement à évoquer un impératif. Le poids de l’argument est tel qu’en général, le débat n’est plus de savoir si le thème doit être pris en compte ou non, mais de quelle manière. En vérité, le plus souvent, l’invocation relève de l’argument d’autorité. L’actualité est tout autant ce qui se passe que ce qui ne se passe pas : une situation qui ne s’améliore pas, une action préventive qui n’est pas entreprise, une décision qui n’est pas prise. De même, elle peut aussi être ce dont ne parlent pas les médias par ignorance, inattention, prudence, impossibilité, etc.

La question de l’actualité et de sa prise en charge se présente donc sommairement selon une matrice à quatre entrées.

	Ce qui est traité par les médias	Ce qui n'est pas traité par les médias
Ce qui se passe	A	B
Ce qui ne se passe pas	C	D

La différence entre ce qui intervient et ce qui n’intervient pas recouvre couramment celle établie *de facto* entre l’inhabituel et l’habituel : ce qui se passe est ce qui sort de l’habituel. La rupture peut être, du point de vue du journaliste, *sui generis* : celle qui se profile (par exemple, le risque de guerre), celle qui se produit effectivement (l’engagement de la guerre), celle qui provient des variations (les mouvements de guerre). C’est la position passive (dans un sens, ici, dénué de jugement). Inversement,

la rupture peut provenir d'une position active, lorsqu'un média décide que ce qui se passe est précisément qu'il ne se passe rien. L'absence de changement (absence de rupture) s'apprécie le plus souvent à l'égard d'une situation jugée anormale. La ligne de partage entre ce qui se passe et ce qui ne se passe pas est dès lors celle que l'on établit entre l'admissible et l'inadmissible.

Les médias se suivent en permanence les uns les autres. Ils observent et anticipent constamment les décisions de leurs concurrents, auxquels ils emboîtent souvent le pas. Ce jeu d'observation mutuelle explique comment s'établit une sorte de consensus autour de A et de B, chacun jouant son originalité sur C, tandis que D reste en friche.

Ainsi n'y a-t-il pas de définition univoque de l'actualité. Ce qui n'est pas « actuel » n'est pas sans existence ; cela se passe sans marquer (encore) de rupture. *A contrario*, la rupture d'un *continuum* vaut pour ce qui se passe. C'est la nouveauté (potentialité actualisée) ou l'actualité, dans le sens de l'expression surannée de « nouvelle ». Elle vient parfois d'un média, qui décide que l'actuel est précisément ce qui dure et qui ne le devrait pas, et/ou ce qui est tu. Elle est parfois provoquée hors média, comme ce fut le cas lorsque Véronique Vasseur publia en 2000 *Médecin chef à la prison de la Santé* [1].

La nouvelle ne marque pas seulement une rupture ; elle ouvre aussi une brèche. Pour saisir cela rapidement, on peut se reporter à cette occurrence de la vie courante, où l'un demande à l'autre : « quelles nouvelles ? ». Cette question signifie en apparence ceci : que sais-tu que j'ignore et qui t'importe, ou dont tu penses que cela m'importe ? En voici la portée fondamentale : « qu'avons-nous à nous dire que nous ne puissions trouver en nous-mêmes et qui ressortit donc d'autrui ? ». La nouvelle, dans le rapport primitif à deux, vaut comme l'ouverture d'un espace pour le tiers. Le média qui nous parle doit son statut exorbitant au fait qu'il nous dit, à l'égard d'autrui, ce que nous ne pouvons pas découvrir nous-mêmes.

2. Communication

Dans ses deux acceptions les plus communes, le terme signifie l'échange courant direct ou indirect, la déclaration ou l'intervention publique dont le caractère est de ne pas être courant, voire exceptionnel. Dans les deux cas, cependant, la notion de communication inclut 1/ l'adresse à un public restreint et identifiable et 2/ la possibilité de l'échange. La communication est toujours en puissance une interlocution, y compris sans doute lorsque l'on évoque la « communication » d'un document.

Le terme est riche de bien d'autres sens : il est, par exemple, un horizon scientifique dans la pensée de Claude Lévi-Strauss, pour qui la communication serait l'instance vers laquelle pourraient converger l'ethnologie, le langage et l'économie – disciplines étudiant chacune un type d'échange (femmes, parole, don). Chez Lucien Sfez, le terme représente le paradigme d'une tension entre l'idéologie technicienne et ce champ du savoir *(epistémè)* reliant « les *mass media studies*, la théorie des organisations, les théories biologiques, l'intelligence artificielle ou la science cognitive, sans oublier les psychothérapies » – domaines empruntant à la communication ses trois « métaphores » du monde : représentation, expression et « tautisme » (pour totalité, tautologie et autisme), cette dernière étant une sorte de trou noir où représentation et expression sont tenues l'une pour l'autre [2][. Dans la critique qu'en proposent entre autres Philippe Breton ou Manuel Castells, la communication constituerait un nouveau modèle social qui prendrait le relais des précédentes visions globales. Aux yeux de Jürgen Habermas, elle serait le lieu du débat et de la prise de décision collective. Elle serait

enfin cette discipline cohérente pour certains chercheurs, en science politique ou en sociologie notamment, tels Francis Balle ou Dominique Wolton, qui analysent la spécificité des médias, leurs usages et leur impact.

Plus prosaïquement, pour les acteurs publics ou privés de la vie économique et sociale, « communiquer » désigne tout autre chose, à savoir le large éventail d'actions de promotion auquel ils recourent. Dans les milieux de l'entreprise, des pouvoirs publics ou des grandes associations, le mot signifie « faire de la publicité ou du lobbying », « se greffer à une manifestation sportive ou culturelle » (sponsoring, partenariat), « défendre ou rallier une grande cause », voire « créer de toutes pièces un "événement" » (prix, soirée de gala, festival, etc.). Seul l'achat d'espace publicitaire, avec l'émission d'un message entièrement assumé par l'acheteur, est un moyen d'action franc et direct. Dans les autres cas, il s'agit de se mettre en avant ou de faire parler de soi, le plus souvent *via* les médias. Au-delà de ces actions à caractère ponctuel, l'attention de ces derniers est aussi mobilisée par des interventions régulières relevant également de la communication. C'est le métier des attachés de presse, des directeurs de la communication ou des *porte-parole*. Leur vocation est double : il s'agit à la fois de répondre aux demandes et aux contraintes des journalistes dont ils sont le premier interlocuteur ou, inversement, de les approcher pour les sensibiliser ou les influencer dans un sens favorable à l'entreprise, à une cause, à une personnalité, etc.

Qu'elle soit vue de haut ou très circonscrite, la communication échappe rarement à une pluralité de dimensions et de visages. Pour ceux dont elle est le terrain de jeu, cette polyvalence est aussi ambivalence. Entendue comme appétit croissant de promotion, la communication, dont les médias sont les destinataires et les relais, est le contraire de l'information critique dont ils ont fait leur raison d'être. Inversement, comprise comme sphère d'activité qui enfle au gré des possibilités offertes par la numérisation, la communication installe entre des acteurs différents de la scène publique une communauté de préoccupation et de compétence. Aujourd'hui, une personne morale fait de la publicité, s'associe à des événements couverts par les médias, est éditrice de plusieurs services d'information en ligne ou destinés à des appareils portables et de publications papier, entretient des liens étroits avec des journalistes jugés clefs. Un média fait de la publicité, couvre des événements auxquels il est parfois associé, édite ses contenus sur plusieurs supports dont au moins un site numérique, entretient des liens étroits avec des personnalités jugées centrales. L'essor de la communication pour les médias signifie que les acteurs institutionnels de la Cité s'éloignent autant qu'ils se rapprochent.

3. Diffusion

C'est la propagation d'un message à l'aide d'un support quelconque, émis d'un ou de plusieurs points, vers des destinataires généralement non identifiables. La principale démarcation par rapport à la communication est l'absence ou l'impossibilité de toute interlocution.

La diffusion est le régime propre des médias. Certains journaux et chaînes par câble ou satellite connaissent certes le nom de leurs abonnés, mais ils ne connaissent pas pour autant leur public qui, jusqu'au début du xxi^{e} siècle, ne disposait guère que du courrier des lecteurs en guise d'échange. L'une des principales dimensions des bouleversements engagés avec la numérisation est d'abolir le sens unique de la diffusion en offrant la possibilité d'un échange avec chaque destinataire.

4. Éditeur

Le terme recouvre trois acceptions. Dans la presse, l'éditeur est en premier lieu le propriétaire d'un titre. Celui-ci est souvent – mais pas nécessairement – le directeur de publication, c'est-à-dire le responsable devant la loi des contenus publiés. Ces rôles se retrouvent bien sûr dans les autres médias.

La seconde acception courante s'applique au rédacteur lorsqu'il assure une fonction d'éditeur, c'est-à-dire de mise en forme de textes rédigés par d'autres. Cette tâche d'*editing*, selon l'expression courante, inclut parfois d'autres fonctions contribuant à la mise en scène d'un article ou d'un ensemble d'articles : choix et légendes d'illustrations, commandes d'infographies, réalisations d'encadrés, de titres, d'accroches, etc. La tâche d'éditeur, dans ce deuxième sens, représente une part très importante du travail journalistique dont on sous-estime souvent, hors du métier, l'ampleur : relecture rapide d'un article rédigé par un rédacteur confirmé, remaniement d'un papier de stagiaire, révision d'une traduction, contraction d'une dépêche de correspondant, réécriture complète incluant la restructuration d'une contribution d'un non-professionnel. L'éditeur gomme tout ce qui n'est pas indispensable, rend le texte plus vif, plus accrocheur, l'adapte aux normes et aux tics de la maison, ajoute des compléments, des notes, rédige le « chapô », les relances, les intertitres, les biographies, les bibliographies, etc. Il est souvent au centre des flux d'échange d'une rédaction : entre l'auteur, le secrétaire de rédaction (lorsqu'il en existe encore), le metteur en page, le correcteur et la rédaction en chef.

Troisième sens : dans certaines publications, l'éditeur, est un directeur assurant une tâche d'intermédiaire entre la rédaction et les autres services, avec pour mission d'assurer la réalisation des objectifs commerciaux.

5. Information

De tous les termes qui touchent au journalisme, celui d'information est à la fois le plus important et paradoxalement, le moins précis. Journalisme et information sont pour ainsi dire synonymes, pourtant, force est d'admettre qu'il n'est pas possible d'énoncer clairement et simplement de quoi il retourne.

La notion d'information apparaît aujourd'hui, sur le plan théorique, comme une belle délaissée. Elle connut une grande faveur entre les années 1950 et 1970, au point même d'avoir cristallisé l'un des grands vertiges de la pensée du xx^{e} siècle. La période est alors celle d'une conjonction exceptionnelle. Plusieurs développements majeurs voient le jour : théorie physique de l'information, linguistique, cybernétique, génétique moléculaire, électronique du transistor, traitement programmable de l'informatique, télévision, satellite, etc. Bien que ces développements soient souvent éloignés les uns des autres, le terme d'information leur est commun peu ou prou. Et bien qu'il ait toujours souffert d'être sous-défini, il est apparu à certains comme un point de convergence et d'unification possible des savoirs. La vie psychologique elle-même et, à l'autre bout de l'échelle humaine, la vie des groupes sociaux furent envisagés comme des systèmes d'émission, de traitement, de stockage et d'échange d'information. De là à imaginer que l'information véhiculée par les médias pouvait être embrassée dans la même vision compréhensive, il n'y avait qu'un pas. Le modèle mathématique, probabiliste et statistique, de la théorie de l'information – formulée à partir de 1948 et 1949 par les Américains Shannon et Weaver – devait lui fournir son fondement. S'il permit la résolution de problèmes physiques dans les transmissions, il se révéla toutefois sans prise sur les questions où intervient la

construction d'un sens. L'une des illustrations les plus spectaculaires de cette tentation syncrétique est offerte en 1976 par la *Théorie générale de l'information et de la communication* publiée par Robert Escarpit, enseignant ces disciplines à l'université de Bordeaux III dont il fut le président, et longtemps le billettiste inspiré du *Monde* [3]. Nous devons à cette tradition la vision de l'information comme signal émergeant du bruit, allant de l'émetteur vers le récepteur *via* un canal.

Les auteurs qui tentent de définir l'information insistent avec raison sur son caractère relatif, et cela, non seulement parce qu'elle est un objet variable ou parce que celui-ci est susceptible d'être interprété différemment selon celui qui le reçoit, mais aussi parce que l'information relève d'une relation entre objet et sujet. Cette relativité du lien est en quelque sorte première : elle signifie qu'il n'y a pas d'information en soi. Désormais, les tentatives d'analyses globales de tout ce qui met en jeu cette composante vague de l'information portent plutôt sur cet autre motif de vertige : la communication.

Dans le journalisme, l'information est affublée d'un surcroît de relativité. La raison en est simple : le terme, ainsi que son dérivé « informateur », désignent deux objets et deux types d'acteurs différents – polysémie dont la portée va bien au-delà d'un simple risque d'équivoque. Dans l'ordre chronologique, l'information, c'est d'abord le renseignement fourni par un acteur quelconque. Lorsque celui-ci évoque soit oralement soit par écrit un fait ou un événement accompli, ou censément à venir, on qualifie cette évocation d'information, et l'on dit de lui qu'il est un informateur. L'information est, en second lieu, le mot qui désigne un fait ou un événement tel qu'il est traité dans un article (de la presse écrite ou non) ; en ce sens, le journaliste qui en est l'auteur est *stricto sensu* un informateur. Les deux sens sont justes. Le problème est qu'il ne s'agit ni de la même information, ni d'une même fonction. Dans le premier cas, l'informateur ne publie pas et s'adresse, le plus souvent, à un auditoire très restreint. Dans le second, l'informateur publie, c'est-à-dire qu'il s'adresse à un public le plus souvent indéterminé, voire indéterminable. De fait, la distance entre l'information de l'un et celle de l'autre délimite exactement l'espace d'exercice du journalisme professionnel. C'est en effet entre *l'information-première* (ou information brute) et *l'information-média* (ou information élaborée) que prennent place toutes les procédures de validation (c'est-à-dire de vérification auprès d'une autre source ou, à défaut, d'approfondissement avec l'informateur unique), de recherche de complément dans le temps et dans l'espace, d'analyse contextuelle et prévisionnelle (éventuellement élaborée en consultant des spécialistes), ou de réévaluation au sens large.

Il n'est personne qui n'emploie un mot pour un autre ; la confusion qui brouille les lignes en les emmêlant est générale. Les messages ne sont pourtant pas les mêmes : « Je vous donne une information », dit celui-ci (sous-entendu : « faites-en bon usage ») ; « voici l'information » dit celui-là, en sous-entendant « voyez comme elle est apprêtée (et mérite l'écot payé) ». Entre les deux, les rouages de la fabrique de l'information-média ont tourné à plein, transformant et étayant l'information-première. Le journaliste ne fait guère valoir ce processus et prend le risque d'estomper, jusqu'à l'oubli, la valeur ajoutée qu'il s'emploie à fournir et qui fait le propre de son métier, et donc de la fonction qu'il remplit. Mais comment faire autrement ? Il faudrait nommer l'information-première « indication » ou « donnée ». En l'occurrence, ce seraient les extensions « indicateur » ou « donateur » qui risqueraient d'être mal comprises !

Relativité, polysémie de l'information, ambivalence aussi : soit l'information est ce qui évoque la rupture d'un processus engagé (accomplissement d'une potentialité qui s'actualise d'elle-même), soit elle énonce une situation remarquable par sa continuité et l'absence de rupture. Le processus se double d'un second degré de complexité : toute formulation informative qui considère la vie telle qu'elle

s'accomplit, revêt elle-même, sitôt qu'elle est formulée, le statut ordinaire d'un fait accompli. L'expression journalistique qui provient d'une position extérieure, en quelque sorte, regagne le lieu commun de la vie avec laquelle elle se confond.

L'actuel, avec ou sans rupture (avec ou sans nouvelle), s'accomplit *a priori* sans information ; en tant que tel, il est désintéressé, c'est-à-dire sans souci d'être connu. Dans le monde sans média, la connaissance de l'actuel est partagée par l'échange dans la rencontre. Lorsqu'un média se saisit de l'actuel pour en formuler une information, il ajoute à l'actuel – et c'est en cela que son intervention peut être tenue pour *in-formation*.

6. Fait et événement

Le fait et l'événement sont les deux objets qui nourrissent la constitution de l'information. Pour cette raison, ils sont souvent, à tort, tenus pour équivalents. Pour comprendre leur différence, il faut se convaincre de ces deux réalités : il n'y a de fait que dans la mesure où il y a un accomplissement effectué par l'homme ou si un phénomène quelconque – humain, naturel ou technique – le touche. Dans les deux cas, l'humain est affecté, soit par lui-même, soit par d'autres, soit enfin par une chose de son environnement. La factualité vaut en tant que tel homme éprouve dans sa chair l'effort, la joie ou la peine, etc. Les faits valent pour un accomplissement reconductible à une échelle individuelle ou pluri-individuelle, là où siège leur effectivité, c'est-à-dire la vérité de leur effet en tant qu'épreuve. L'événement, lui, vaut pour l'accomplissement factuel à grande échelle, lorsque celui-ci et ses effets défient toute imputation individuelle. L'événement relève d'une combinaison complexe qui se dérobe à la possibilité d'une appréhension effective, ce qui ne veut pas dire qu'il ne faut pas s'en rapprocher.

S'il est relativement facile de poser ces déterminations, leurs conséquences sont un peu plus difficiles à appréhender. En premier lieu, il faut accepter cette mise au point : les chiffres produits par les sciences, notamment par l'économie, ne constituent jamais des faits en eux-mêmes. Ils ne sont que l'indice formel de ce qui s'effectue, autrement dit de ce que des hommes font ou ont fait, ou l'indice de phénomènes naturels ou techniques qui les implique plus ou moins. Des énoncés tels que « la croissance a augmenté de 2,5 % », « le résultat de l'entreprise X est en baisse », « la température moyenne des dix dernières années est en hausse de X par rapport à la décennie précédente », « le nombre d'entrées à l'hôpital a varié dans telle proportion pour telles maladies », etc., ne sont pas des faits mais leur transposition. En l'occurrence, les faits résident dilués dans l'activité de tous, dans le travail accompli au sein d'une seule, dans les conséquences du réchauffement pour ceux qui les subissent, dans le vécu de ceux qui auront évité un séjour à l'hôpital ou non, etc. C'est une antienne de l'épistémologie : la mesure d'un phénomène ne doit pas être confondue avec le phénomène lui-même et doit bien être tenue pour ce qu'elle vaut : la représentation dont nous sommes capables.

Pourquoi sommes-nous, à longueur de temps, occupés à formuler ou à assimiler des discours qui nous parlent, non de ce qu'éprouvent effectivement nos congénères et qui seul compte en vérité, mais de ce qui représente ces épreuves ? Pour deux raisons : 1/ parce que c'est à l'échelle de leur agrégation qu'elles prennent un sens pour nous. Ce que nous éprouvons personnellement ou ce qu'éprouvent nos proches nous intéresse au plus près de l'accomplissement effectif ; ce qui implique une multitude d'autrui, nous ne pouvons pas le suivre autrement qu'à travers une représentation agrégative. 2/ Parce que ce qui s'éprouve à l'échelle d'un grand nombre d'hommes ne trouve pas son explication à l'échelle individuelle. Si un commerçant de mon quartier dépose son bilan, le fait et ses effets sont à la portée de ma capacité d'empathie, de ma capacité compréhensive et explicative. Lorsqu'en

difficulté, l'usine Continental de Clairoix dans l'Oise annonce des licenciements, la vérité factuelle se situe non dans l'annonce, mais au plus près des salariés et de leurs proches plongés dans la détresse. Si je ne suis pas de la région, ma capacité d'empathie est neutralisée, ma capacité compréhensive est encore disponible, mais l'explication, elle, est à chercher au niveau du groupe, du secteur des pneumatiques, à l'échelle internationale et à celle de paramètres macroéconomiques.

À la différence de l'accomplissement factuel, l'événement déjoue toute capacité empathique, compréhensive et explicative, dans la mesure où il échappe à toute reconduction individuelle comme à toute mesure significative : ainsi, un effondrement boursier, un tremblement de terre, l'élection de Barack Obama à la Maison blanche, une finale du Mondial, une guerre affectent d'emblée un nombre d'hommes tel qu'aucune reconduction individuelle ne permet de représenter ce qui s'effectue réellement. Ainsi, l'événement – classiquement défini comme rupture dans la flèche du temps – relève-t-il plutôt d'un changement d'échelle de sens en échappant au sens.

Pour un média, « s'en tenir au fait » signifie se porter au plus près de ce qu'éprouvent les hommes, sans confondre les représentations formelles de la réalité avec celle-ci, et se porter à l'échelle où l'explication est à trouver. Il doit cependant faire varier les focales et la profondeur de son champ. L'information factuelle, si elle n'est pas confrontée à ce qui la dépasse, risque d'être trop courte ; *a contrario*, l'information analytique, si elle n'est pas confrontée à ce qui se passe effectivement, risque d'être très incomplète. *A fortiori*, l'information sur l'événement impose à la fois l'effort du recul pour atteindre une vue d'ensemble et sa mise à l'épreuve du terrain, où l'événement s'accomplit effectivement même si son échelle défie la reconstitution du sens réel. Comment bien conduire ces deux approches qui ont tendance à s'exclure l'une et l'autre ? Cet exercice est souvent celui que l'on attend d'un envoyé spécial dans l'urgence, un correspondant de guerre par exemple, auquel il est demandé à la fois de traiter la réalité à l'échelle individuelle et à celle des états-majors, voire à celle des intérêts régionaux. D'une manière générale, déterminer le meilleur plan où se situer, s'y placer effectivement lorsque cela est possible, et se tenir éventuellement sur plusieurs plans, sont parmi les exercices les plus difficiles du journalisme.

Il arrive aussi que la relativité du fait et de l'événement, l'un par rapport à l'autre, soit « écrasée » ou s'estompe. La factualité individuelle – soit le cours de la vie d'un seul – revêt la dimension d'événement. Ce qui vaut pour une célébrité prend *ipso facto* une valeur pour un grand nombre. L'événement se donne alors à voir comme incarné dans un individu ; il est moins difficile à énoncer, raison pour laquelle il s'impose plus facilement. Certains cas se présentent comme indécidables. Une grève, une manifestation par exemple, sont autant de faits que des événements sans valoir uniquement comme tels.

7. Journaliste

Qui est journaliste ? « Est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources. […] Sont assimilés aux journalistes professionnels les collaborateurs directs de la rédaction, rédacteurs-traducteurs, sténographes-rédacteurs, rédacteurs-réviseurs, reporters-dessinateurs, reporters-photographes […] Les journalistes exerçant leur profession dans une ou plusieurs entreprises de communication au public par voie électronique ont la qualité de journaliste professionnel. » (article L-7111, § 3, 4 et 5 du Code du travail). La loi Brachard de 1935, a institué une

Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (ccijp) qui délivre une carte selon ces critères ; le principal but étant d'empêcher ceux qui font profession de promouvoir (publicitaires, attachés de presse, responsable de communication ou de relations publiques) de se prévaloir de la qualité de journaliste [4]. Ladite carte n'a ainsi, légalement, qu'une valeur déclarative de l'état de journaliste et nullement constitutive. La profession est d'accès libre et quiconque peut l'exercer, avec ou sans carte. Dans les faits, elle facilite l'accréditation auprès de certains organismes – notamment à l'occasion de manifestation ponctuelle de grande ampleur – qui délivrent leur propre carte.

Une disposition juridique dite « clause de conscience » est, à juste titre, considérée comme un trait remarquable du statut du journaliste salarié en France. Lorsqu'un média change de propriétaire ou si intervient un « changement notable dans le caractère ou l'orientation du journal ou périodique si ce changement crée pour le salarié, une situation de nature à porter atteinte à son honneur, à sa réputation ou, d'une manière générale, à ses intérêts moraux », l'article 7112-5 permet au journaliste de quitter son entreprise et de bénéficier de droits analogues aux cas de licenciement.

L'expression de « journaliste professionnel » suggère-t-elle que l'activité peut être exercée en amateur ? Il est vrai que pour certains, faire du journalisme, c'est écrire dans un journal, ou dans une quelconque publication. Pour certains journalistes professionnels, la barrière érigée entre leur métier et les métiers de promotion n'est pas étanche ; par appât du gain ou par nécessité, ceux-là complètent leurs revenus avec des piges (ou « ménages ») dans la « com » (pour confectionner des dossiers de presse, des rapports d'activité ou des publi-reportages, par exemple), dans le journalisme d'entreprise, dans les journaux de marque, voire dans la publicité, en se gardant, il est vrai, de l'ébruiter.

8. Publication

Si le terme désigne ce qui semble aller de soi, il revêt, dans le contexte contemporain de l'« explosion de la communication », un intérêt nouveau [5]. La publication est tenue par certains comme le point commun qui permet de réunir, dans une même vision compréhensive, des médias présentant de grandes différences. Quoi de commun, par exemple, entre un périodique spécialisé, un quotidien national, une radio locale, une chaîne de télévision d'audience internationale, le site d'un titre connu et un blog isolé ? L'action de publier précisément, qui consiste à exprimer un énoncé, à l'aide d'un support, à l'intention d'un public *a priori* indéterminé.

Les réseaux numériques brouillent la frontière entre communication (entendue comme échange entre personnes) et diffusion : ainsi en va-t-il des réseaux dits « sociaux » où les échanges privés deviennent, parfois à l'insu des intéressés, des messages se répandant comme s'ils étaient diffusés. Inversement, ce qui est diffusé devient la matière d'échange. La notion de publication permet de comprendre en quoi ces deux démarches différentes sont susceptibles de se rejoindre.

9. Numérisation

Contrairement aux autres termes, celui-ci est dénué de toute polysémie. Le phénomène qu'il désigne, en revanche, génère de nombreux bouleversements et confusions.

La numérisation consiste dans le codage électronique binaire (0,1) des messages dans un sens très large – parole, écrit, texte imprimé, images fixes ou animées –, forme qui se prête à un traitement et une transmission informatique. La numérisation est le phénomène majeur et le point commun de

l'évolution de toutes les activités d'information, de communication et de diffusion : hormis la lettre manuscrite et mis à part, pour un temps encore, les récepteurs de la radiodiffusion, elle s'est presque imposée à tous les maillons de la production, de la transmission et de la consommation, en convertissant tous les contenus sous une forme première commune. C'est elle qui a ouvert la possibilité d'associer, en les croisant souvent, des usages différents sur des appareils à vocation multiple. La polyvalence du *smartphone* en offre un bon exemple : à la fonction de téléphone et de messagerie de texte se sont vite ajoutés l'agenda, la photo, le film, la radio et surtout Internet, avec le courriel et son univers illimité de pages, au nombre desquelles figurent les sites d'information et de télévision. L'évolution amorcée des liseuses en est un autre : à peine apparues sur le marché, elles évoluent vers des tablettes électroniques multifonctions. Tout ordinateur devient capable de tout faire, tout appareil électronique devient ordinateur ou est en passe de le devenir, tel les décodeurs et téléviseurs domestiques.

Parmi les principales conséquences de la numérisation, on retiendra :

1. la mise à la disposition de chacun (en théorie) des moyens de fabriquer, traiter et répandre n'importe quel message et le gommage des spécificités professionnelles ;

2. l'instauration d'une voie de retour dans la médiatisation – le propre des réseaux numériques, au premier rang desquels Internet, étant de combiner communication et diffusion *via* les liaisons entre correspondants identifiés ou identifiables ou entre ceux qui ne le sont pas.

II. Des fonctions multiples

Le fait est si familier qu'il est très peu évoqué, au risque d'en méconnaître les implications : la plupart des médias se donnent plusieurs vocations et assurent autant de fonctions. Cela se concrétise de façon différente selon les familles de médias. Dans la presse, si l'information – ou ce qui se donne ou passe pour tel – occupe le plus souvent la place principale, elle entre en résonance avec d'autres éléments distincts. Ce sont, en premier lieu, les analyses d'experts et les prises de position de personnalités. On y trouve aussi distractions, publicités, informations pratiques, conseils financiers, mercuriales, annonces, campagnes d'intérêt public, bonnes feuilles, etc. Une même édition abrite plusieurs sous-espaces. Dans l'audiovisuel qui ne connaît qu'un seul espace, l'information voisine aussi dans le temps avec tous types d'émissions, de films, de séries, etc. Elle y présente en outre la caractéristique d'apparaître sous plusieurs formes aux différences très marquées : les bulletins et les journaux, les magazines de reportage et d'enquête, les films documentaires (parfois assortis d'un débat), les *talk-shows* et les productions d'information-divertissement. Certaines de ces émissions, qui ne sont pas nécessairement pilotées par des journalistes, installent un *continuum* de fait avec les autres programmes, et ce d'autant que l'information emprunte parfois à la fiction, tels les « docu-fictions », et que certaines fictions sont au plus proche de l'actualité [6]. Dans les réseaux numériques, même si l'information dispose d'une certaine préséance sur les sites des médias, elle est atomisée au point que son identité spécifique s'estompe. Il y a des exceptions à la loi du mélange, telles les lettres d'information, les revues et certains périodiques spécialisés s'approchant de celles-ci. Dans ces médias, l'information règne, à quelques publicités près. Mais le cas général est celui-ci : l'information apparaît parsemée dans un *patchwork* dont les pièces ne se distinguent pas toujours.

Lorsque les différentes fonctions assumées par les médias sont clairement distinctes, leur cohabitation

ne semble guère poser de problèmes. Les difficultés surviennent lorsque les annonceurs influencent la constitution de l'information. Leurs interventions, dans ce cas, peuvent prendre de nombreuses formes, tel le retrait ou la menace de retrait de campagne publicitaire à la suite (ou dans la perspective) d'un article jugé déplaisant, voire l'insertion d'annonces sous condition d'un accompagnement rédactionnel (il est parfois exigé par l'annonceur, parfois proposé par le titre). À côté de ces formes offensives et plus ou moins ouvertes, d'autres modalités plus raffinées sont employées. Elles consistent à donner spontanément envie aux journalistes de parler d'une personne, d'une entreprise ou d'une institution, de ses actions publiques ou de ses produits. Les responsables de communication s'efforcent alors de faire apparaître le plus possible l'objet à promouvoir comme un événement (voir p. 9). Le nombre et l'importance des articles de presse, des unes de magazine, des passages à l'antenne, etc., donne alors la mesure du succès de l'opération qui, en interne ou avec l'agence de communication sous-traitante, est alors estimée financièrement en équivalent d'insertions publicitaires.

Le risque de confusion entre les intérêts de l'information et ceux de la promotion est bien sûr d'autant plus grand que l'économie d'un média est dépendante des annonceurs. Dès lors, certaines opérations communes sont envisageables, telle, en presse, l'affermage d'un supplément ou d'un hors-série où l'annonceur jouit d'une exposition exclusive et avantageuse, et où la rédaction conserve plus ou moins les coudées franches ; telle aussi l'insertion d'articles ou de cahiers complets de publi-reportages ou de publi-informations, composés par des rédacteurs pigistes ou des rédacteurs de la maison payés en piges. Ces formes de promotion dans la presse ont leur pendant dans l'audiovisuel, notamment par le truchement d'une participation à la production et donc à l'orientation d'une émission. Il est aussi fréquent qu'un média, soucieux d'assurer sa propre promotion, se livre à une opération spéciale, soit en créant une manifestation de terrain, soit en s'associant à une manifestation existante, qui aura le plus souvent une répercussion dans ses pages ou sur ses antennes. Pour légitime que soit cette démarche, elle n'en représente pas moins un facteur supplémentaire de confusion s'ajoutant aux autres.

La confusion des situations brouille les repères des journalistes et émoussent leur attention, jusqu'au risque de compromettre leur intégrité. Pour le lecteur/auditeur/téléspectateur, le danger est évidemment d'être trompé. Mais il est exposé à d'autres facteurs de brouillage. Deux aspects contribuent à accroître la confusion associée à la juxtaposition d'espaces ou de plages horaires où se mêlent information, divertissement, culture et promotion : 1/ dans certains cas, des articles ou des émissions cultivent la confusion des genres ; 2/ les genres ne remplissent pas forcément la fonction qui est en principe la leur. Au titre des premiers, on peut mentionner les émissions conçues dans la tradition du cabaret ou du music-hall, mais se présentant comme des émissions d'information ou comportant de l'information (tel « Le Vrai journal » de Karl Zéro à Canal+). Plus déroutants, et d'essence différente, sont certains effets produits auprès du public, qui peut éprouver à la fois un sentiment de distraction en feuilletant son quotidien ou en suivant le journal télévisé, et l'impression de recevoir une information devant une publicité, lorsqu'elle évoque une question qui le préoccupe. Le fondateur du *Monde* lui-même, Hubert Beuve-Méry, estimait qu'il y avait une « publicité informative » à distinguer d'une autre, tapageuse [7].

Dans la profusion des médias y a-t-il un moyen de reconnaître l'information à coup sûr ? Peut-être par ce trait : l'information renvoie toujours à autre chose que son thème principal et *a fortiori* à d'autres qu'à son auteur. À travers le thème qu'il traite, le journaliste s'efforce généralement d'évoquer ce qui précède les faits ou l'événement qu'il expose ou analyse, et de montrer comment ils se prolongent.

Témoignant de la vie et de ses soubresauts, la fonction d'information a un caractère transitif, ce qui n'est pas le cas des autres fonctions.

III. Choix éditoriaux insaisissables

Pourquoi, tel média nous parle-t-il maintenant de ceci de telle façon ? À bien des égards, les choix de contenu et de forme d'un média sont insaisissables pour son public. Ce que ce dernier ignore en premier lieu, c'est la manière dont les rédactions sont elles-mêmes informées, puis comment sont opérés les choix. Il est donc tentant d'attribuer une influence aux puissants, à la subjectivité, à l'aléatoire, etc. Autant les journalistes savent comment ils s'informent eux-mêmes en amont, autant ils sont bien en peine de décrire ce qui conduit leurs choix. Même s'ils peuvent les justifier, ils ne savent guère les formaliser, et pour cause : la « fabrique de l'information » est un processus collectif où se confrontent des appréciations individuelles. Il est informel mais encadré par plusieurs contraintes et parfois, par des règles (voir chap. II).

IV. Déficit théorique

Les médias et la démocratie sont apparus simultanément ; l'histoire et l'actualité semblent prouver que les deux vont de pair. Tout laisse penser, en première analyse, qu'il n'y a pas de démocratie sans information libre et de qualité. Il est même possible d'avancer que démocratie et information sont l'index l'une de l'autre, ce qui, entre autres, signifierait que la crise actuelle des médias ne serait pas seulement un préjudice pour la démocratie – comme si cette dernière était affectée par un facteur externe – mais le symptôme d'une crise endogène de la démocratie ou, au contraire, qu'une crise de la démocratie serait le symptôme d'une crise de l'information.

Si l'on n'a guère observé de dictature avec une information libre, est-il acquis que cette dernière soit garante de la démocratie ? Si la souveraineté politique est subvertie par d'autres pouvoirs – ceux des marchés, par exemple –, si elle est affectée par un effacement des valeurs, par la faiblesse morale ou par une incapacité à comprendre et à maîtriser les situations, l'information est-elle encore opérante ? Encore lui faut-il se hisser à ce niveau-là.

Quoi qu'il en soit, le sujet est clef. Il est frappant d'observer qu'il n'existe pas, dans la tradition, de corpus théorique affrontant le lien de nécessité entre démocratie et information-média, ni *a fortiori* ses articulations. Cette situation s'explique sans doute par un faisceau de raisons.

L'information n'émarge pas au répertoire de base de la philosophie politique. Les thèmes qu'elle théorise – liberté, gouvernance, égalité, ordre, force, protection, etc. – lui donnent vocation à asseoir et à canaliser le droit ; l'information, elle, se joue d'abord dans la factualité. La philosophie politique n'est donc pas la discipline qui peut aider à la compréhension des processus de formation de l'information telle qu'elle est produite par les médias. Sur un plan juridique, l'information est historiquement ancrée dans la liberté d'expression qui, elle, est prise en charge par la pensée politique. Mais dans son acception contemporaine, l'information n'est plus seulement ce que j'ai le droit de dire, c'est aussi, et peut-être prioritairement, ce que j'ai le droit de savoir.

Le visage contemporain de l'information s'esquisse dans les années 1950 avec l'apparition des *mass*

media audiovisuels. Le vide, de fait, laissé par les courants alors en vogue – théorie (physique) de l'information, cybernétique, informatique, etc. – a principalement été comblé par des études sociologiques, puis des études économiques. Les travaux des sciences humaines, cependant, ne disent pas ce que sont ou devraient être le geste éditorial et celui de publication. Certains sont pourtant allés assez loin dans l'exploration [8]. Cependant, pourquoi et comment le journaliste façonne telle information et non pas telle autre, comment elle s'insère parmi les autres nouvelles d'une édition, quelle est sa portée, etc., et ce que signifie cette construction par rapport à la vocation fondamentale de l'information dans la société, sont autant de questions sans réponse car sans discipline, sans savoir propre.

Les choses évoluent cependant. L'impulsion a sans doute été donnée par les pensées de l'allemand Jürgen Habermas et de l'américain John Rawls qui, dès les années 1960, ont mis en évidence l'importance de l'information dans les procédures de délibération collective ; importance qui est apparue encore accrue, dans les années 1980 et 1990, avec les réflexions sur la modernité, le risque et la socialisation des décisions, telles celles de l'anglais Antony Giddens et de l'allemand Ulrich Beck. Dans le même temps, en France, Pierre Bourdieu, l'une des figures phares de la vie intellectuelle, effectuait, sabre au clair, une sortie sur le terrain de l'information mettant en cause les processus de son élaboration et ses artisans [9], critique qui a d'autant plus porté qu'elle a été associée à celle du libéralisme économique, dont on peut résumer la teneur ainsi : si la démocratie ne s'oppose pas davantage au libéralisme, c'est notamment en raison d'une non-circulation des moyens intellectuels critiques produits par les clercs, dont le monde de l'information est responsable. Les médias ont intériorisé les lois du marché et se contenteraient d'exhiber, en l'exaltant, le modèle libéral.

La critique de Bourdieu est d'abord relayée par Jacques Bouveresse. En se faisant l'écho de l'Autrichien Karl Kraus, qui, au début du xx^{e} siècle, dénonça l'influence délétère de la presse, le philosophe contribue ainsi à retourner la perspective traditionnelle qui associait une forte activité des médias à une bonne santé politique [10]. Plusieurs travaux récents vont dans ce sens. Anne-Marie Gingras, professeur à l'Université de Laval au Québec, analyse en quoi le lien entre démocratie et médias ne va plus de soi et dans quelle mesure il opérerait même à rebours. Dans un ouvrage commun, la journaliste Florence Aubenas et le philosophe Miguel Benasayag estiment également qu'aujourd'hui, « information » ne rime pas forcément avec « émancipation » : en réduisant la vérité à la simple factualité de ce qui apparaît et la réalité à sa représentation, les médias contribueraient à forger le « monde spectaculaire marchand ». De son côté, dans une analyse documentée, Géraldine Muhlmann, professeur à l'Université Panthéon-Assas Paris II, instruit la critique des critiques du journalisme, notamment celle lancée par Bourdieu, pour théoriser cette activité comme l'instance d'un « "rassemblement conflictuel" de la communauté politique » [11]

Le travail de Géraldine Muhlmann tranche avec l'abondante bibliographie dont le journalisme fournit la matière, dans la mesure où il constitue une authentique réflexion philosophique – probablement la seule du genre, du moins en langue française – et donc une avancée. De la scène publique pensée par Kant, jusqu'à la critique par Ricœur de la formation communautaire décrite par Husserl, en passant par Le Bon, Tarde et l'École sociologique de Chicago, etc., le brassage est ample. Pour légitimer le rôle de l'information dans la Cité, Géraldine Muhlmann pousse la philosophie politique aussi loin que possible, au-delà de ses frontières habituelles, jusqu'aux phénomènes intersubjectifs auxquels, à juste titre, elle reconduit le journalisme. Mais la philosophie politique atteint à ce point, selon nous, les limites de sa compétence et doit céder le pas à une phénoménologie des faits sociaux, il est vrai, encore dans les limbes. Montrer l'indispensable complément que celle-ci peut apporter à une théorie

de l’information publique sera l’objet de notre chapitre V.

Notes

[1] V. Vasseur, *Médecin chef à la prison de la Santé*, Paris, Le Cherche-Midi, 2001, ; rééd. Paris, Le Livre de poche, 2001.
[2] *Encyclopédie philosophique universelle*, t. IV, Paris, puf, 1998, p. 2315.
[3] R. Escarpit, *Théorie générale de l’information et de la communication*, Paris, Hachette, 1991.
[4] Dans les faits, la demande d’octroi de la carte soulève de nombreux dilemmes et a généré un contentieux qui oppose le Conseil d’État et la Cour de Cassation ; voir D. de Bellescize et L. Franceschini, *Droit de la communication*, Paris, puf, « Thémis droit », 2005.
[5] Selon l’expression de Philippe Breton et et de Serge Proulx, dans *L’Explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Paris, La Découverte, « Grands repères-Manuels », 2005.
[6] Voir I. Veyrat-Masson, *Télévision et histoire, la confusion des genres. Docudramas, docufictions et fictions du réel*, Paris, De Boeck, 2008.
[7] Cité par F. Simon, *Journaliste. Dans les pas d’Hubert Beuve-Méry*, Paris, Arléa, 2005.
[8] Tels, par exemple, Yves Roucaute et ou Cyril Lemieux, . Voir respectivement : *Splendeurs et misères des journalistes*, Paris, Calmann-Lévy, 1991, *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié, 2000.
[9] P. Bourdieu, « L’emprise du journalisme », *Sur la télévision*, Paris, Éd. Liber-Raisons d’agir, 1996, ; *Contre-feux*, Paris, Liber-Raisons d’agir, 1998, . Dans la même mouvance critique, voir S. Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Liber-Raisons d’agir, 1997.
[10] Voir J. Bouveresse, *Schmock ou le triomphe du journalisme. La grande bataille de Karl Kraus*, Paris, Le Seuil, « Liber », 2001.
[11] A.-M. Gingras, *Médias et démocratie : le grand malentendu*, 3e éd., Laval, Presses de l’Université du Québec, 2009, ; F. Aubenas et M. Benasayag, *La Fabrication de l’information ; les journalistes et l’idéologie de la communication*, Paris, La Découverte, 1999, ; G. Muhlmann, *Du journalisme en démocratie*, (2004), Paris, Payot et Rivages, 2006, *Une histoire politique du journalisme, xixe-xxe siècle*, Paris, puf« Partage du savoir », 2004, ; rééd. Paris, Points, 2007.

Chapitre II

L’information-média comme construction

I. La chaîne de fabrication

La fabrication, à partir de l’information-première, de l’information-média est étroitement conditionnée par le type de support, c’est-à-dire par ses impératifs techniques, ainsi que par ceux de l’édition en cours. Un certain nombre de fonctions se retrouvent néanmoins dans tous les cas et scandent différentes étapes.

1. Germination

C’est la prise en compte, d’un fait, ou d’un événement, dans l’une ou l’autre situation de l’actualité (voir p. 7) en vue d’en faire un sujet. À l’exception des situations particulières où le journaliste se trouve en position de décider seul (suivi en direct, arbitrage de dernière heure pendant un bouclage, rédaction libre d’une chronique, etc.), il formule cette prise en compte en l’assortissant d’une proposition de traitement sous une certaine forme.

2. Débat

La conférence de rédaction est le lieu où sont formulées les propositions et où elles sont en principe débattues. Dans la plupart des médias, pour ne pas dire tous, cette instance joue un rôle déterminant. C’est le cœur de la chaîne, véritable « réacteur » de la fabrique de l’information-média (voir *infra*).

3. Décision

Elle dit quel sujet doit être traité, de quelle manière (forme, longueur, délai) et par qui. Elle intervient parfois lors de la conférence même. Elle est parfois prise après, en comité restreint, voire par le seul responsable de la rédaction. Elle est souvent amendée au gré de l’avancement de l’édition et des difficultés rencontrées.

4. Édition

C’est la phase durant laquelle chacun exerce une tâche particulière : collecte des informations brutes, interviews, rédaction, recherche iconographique, préparation de la maquette, montage, relecture et remaniement d’articles, correction, relecture d’épreuves, etc.

5. Publication

Elle désigne l'impression et la distribution dans la presse écrite, l'émission dans l'audiovisuel, et la mise en ligne sur réseau.

II. La conférence de rédaction, cœur de la « fabrique »

1. Avant la conférence

Pour comprendre la marche d'une rédaction, il faut considérer ces deux dimensions :

1. La vie publique en train de s'accomplir est notamment constituée de personnes physiques et morales que l'on nomme généralement des « acteurs institutionnels ». À tort ou à raison et sauf exception, ces agents veulent se faire entendre et faire parler d'eux. De fait, ils s'organisent pour.

2. Toute rédaction fonctionne comme une machine à anticiper en permanence. Par nécessité : certaines choses peuvent être faites à la dernière minute, mais non le gros du travail. Les plannings sont certes ajustables et ajustés, ils n'en règnent pas moins en maître. La surprise a sa place mais elle est en principe circonscrite à l'accidentel – fait divers, accident, manifestation spectaculaire, attentat, crise économique ou financière, catastrophe naturelle ou industrielle, etc. – pour l'essentiel, on sait à l'avance ce dont on va parler. Comment ? C'est ici que les intérêts des acteurs institutionnels et ceux des médias, qui ne sont pas originellement les mêmes, convergent.

Les acteurs suivent les médias et tâchent de déterminer ceux qu'ils sont susceptibles d'intéresser, ou ceux qu'ils se doivent d'intéresser. Quels sont ceux qui naissent ou disparaissent ? Qui, au sein des rédactions, suit le domaine qui est le leur ? Telles sont les questions de base auxquelles tout acteur se doit d'être en mesure de répondre. C'est, le plus souvent, la tâche des attachés de presse et des responsables de communication – ceux-ci étant parfois des prestataires extérieurs. Les médias, de leur côté, opèrent en permanence un travail de reconnaissance analogue. Un journal qui se crée par exemple, va compter, au nombre de ses toutes premières préoccupations, le souci de se faire connaître des acteurs publics. Il est doublement vital pour lui d'être identifié : il s'agit non seulement de faire remonter du matériel informatif, mais aussi d'être repéré comme support publicitaire potentiel.

De part et d'autre, il est donc considéré comme un préalable nécessaire de se connaître et d'organiser au mieux le flux des communiqués, dossiers, annonces sous embargo, invitation à des conférences de presse, calendrier d'activités, etc. En politique, dans l'économie, dans le monde de la culture et de l'édition, dans celui du sport, etc. – dans tous les domaines de l'activité, les agendas jouent un grand rôle : presque tout est préparé de longue date. Ce que charrie ce flux ne fait bien sûr rien d'autre que préfigurer les actions à proprement parler des acteurs (lesquelles, accomplies ou en voie de l'être, revêtiront éventuellement le visage d'un fait ou d'un événement aux yeux du journaliste). À ce stade, il ne fait que participer à la sensibilisation des rédacteurs.

La deuxième source importante est constituée par des publications professionnelles. Chaque milieu a les siennes, qui proviennent d'instituts d'études ou de recherche spécialisés, plus ou moins indépendants et libres de leur jugement, et de centres universitaires. Chaque milieu est aussi animé

par un ou plusieurs journaux de référence et plusieurs revues. Dans le cas des sciences, les publications dites « primaires » sont le lieu même où s'exhibe, en première instance, l'actualité. Souvent, ces titres font autorité à l'échelle internationale ; dans ce cas, ils sont presque toujours d'origine anglo-saxonne. Pas de suivi des sciences, par exemple, sans (au minimum) la lecture de *Nature*, de *Science*, du *Lancet*, etc. Pas de suivi de l'économie sans les quotidiens *Wall Street Journal* et *Financial Times*, l'hebdomadaire *The Economist* et la *Harvard Business Review*. Dans le monde du spectacle, il faut lire l'hebdomadaire *Variety* ; dans celui des livres, les périodiques *Livres hebdo, The New York Review of Books* et le *tls*, etc.

Il faut y ajouter encore les lettres professionnelles et surtout, dans les rédactions qui vivent au rythme quotidien (ou plus rapide encore), les dépêches d'agence, au premier rang desquelles celles de l'Agence France-Presse (afp). Les rédactions, selon les cas, sont abonnées à ces titres, parmi bien d'autres et/ou les suivent en ligne. Le rôle d'Internet comme pourvoyeur d'informations-premières s'avère, au demeurant, de plus en plus important, soit que l'on y recueille ce qui parvenait ou que l'on se procurait sous une forme papier, soit que l'on accède, par ce biais, à de nouvelles sources.

Pour massif que soit l'ensemble de ces apports, ils ne pèsent souvent pas plus que la troisième source des journalistes : leurs connaissances personnelles des responsables parmi la nébuleuse des acteurs ou de leurs conseillers. Rien n'a plus de poids que les indications recueillies directement auprès d'eux.

Le monde de la vie, comme on le sait, est aussi constitué d'acteurs institutionnels soucieux de ne pas faire parler d'eux ou de maintenir dans l'ombre l'essentiel de leur activité : les armées, les services secrets, les marchés, les entreprises multinationales. Préoccupation… partagée avec les mafias, les sectes, et le terrorisme international. Les médias sont ainsi tiraillés entre ceux qui les accaparent et ceux qui se soustraient le plus possible à leur regard.

2. La conférence

C'est lesté d'une grande quantité d'éléments pré-informatifs, de propositions à faire et de choses à dire que chaque participant se présente à la conférence. Là se déroule le principal moment de la vie d'un média, le plus intense, le plus intéressant, parfois le plus difficile aussi, voire le plus douloureux. Comme toutes les instances collectives d'échange, la réunion de rédaction est aussi le lieu de confrontation par excellence des personnalités avec leur tempérament, leur humeur, leur aspiration, compliquée par d'inévitables rapports de force et de passions.

La conférence est la chambre d'instruction des choix. Le ou les responsables de la rédaction en sont les magistrats, et cela, même si certains sujets – en raison de l'urgence ou des affinités entre tel rédacteur et tel responsable – sont déjà décidés avant sa tenue. Dans tous les cas, la conférence est l'instance où la rédaction peut charnellement s'éprouver comme un corps collectif. Au pire, les débats sont un simulacre, mais c'est sans doute rarement le cas. Le plus souvent, ils sont stimulants, chacun se sentant plus ou moins contraint d'exprimer ce qu'il recèle de meilleur.

C'est donc dans cette arène que se prépare chaque édition. Les faits et les événements déjà survenus, les indications qui permettent de les apprécier et d'en anticiper d'autres, les propositions de traitement émises par les participants, celles des correspondants absents, ce que l'on sait de l'activité des confrères concurrents, tout cela est livré au débat. Il est en général assez long, car il comporte souvent un moment d'autocritique collective de la précédente édition et constitue l'occasion de soulever des

questions sur l'organisation du travail ou sur l'orientation du journal.

Un autre rouage important est encore à l'œuvre et qui n'est pas toujours perceptible lors de la conférence : il est constitué par l'intervention d'auteurs extérieurs – experts, intellectuels ou responsables – qui proposent ou dont on sollicite une contribution. En presse écrite, ces apports sont souvent directement gérés par la direction de la rédaction ; dans l'audiovisuel, il s'agit d'« invités » qui au contraire requièrent la mobilisation de cette dernière.

Les choix opérés par les médias sont ainsi le produit de nombreux facteurs relatifs. Un thème est traité par rapport :

- *à l'édition* : chaque parution ou émission est constituée comme un ensemble clos d'apports où chacun le dispute aux autres ;
- *aux éditions passées ou à celles en projet* : a-t-on déjà parlé de tel sujet, ou se prépare-t-on à l'aborder plus tard ? ;
- *aux confrères* : on traite, ou on ne traite pas, un sujet parce qu'un concurrent l'a déjà évoqué ;
- *aux moyens et aux compétences mobilisables* ;
- *à la personnalité de chaque rédacteur et à la place qui lui est faite au sein de la rédaction*, selon la compétence et le crédit qui lui sont attribués et le rapport de force interne ;
- aux intervenants extérieurs désireux ou disposés à collaborer.

Ce qu'il faut surtout retenir : un fait ou un événement donnés ne sont pas seulement traités en fonction d'une hypothétique importance absolue mais en fonction de leur importance relative au regard des autres faits ou événements susceptibles d'être abordés dans une édition donnée et au regard des journalistes qui s'en préoccupent. À cet égard, l'édition numérique modifie la donne en profondeur. Si la concurrence entre sujets et entre personnes est également en jeu, elle est surtout sensible à l'échelle des pages d'accueil ; derrière un lien cliquable, la place disponible est réputée quasi illimitée.

III. Les cadres

Néanmoins, deux grandes références gouvernent les rédactions et encadrent ces facteurs relatifs :

1. Le projet éditorial

Parler de quoi, comment, à qui, pourquoi ? Tout média est animé par un projet éditorial, fût-ce par défaut. Lorsqu'il est affiché, il est formulé en des termes nécessairement généraux. Celui qui est effectivement à l'œuvre dans un média donné est constitué d'un ensemble de valeurs qui ne sont pas toujours exprimées, faisant l'objet d'un consensus ou, du moins, d'un consentement, le plus souvent non formulé également. Ces valeurs apparaissent dans le *corpus* de référence, constitué *de facto* par le passé éditorial, à travers les orientations imprimées par l'éditeur et ses relais, les journalistes-cadres de la rédaction, et à travers les débats plus ou moins ouverts au sein de celle-ci. Dans certains cas, les

valeurs d'une rédaction sont consignées sous forme de règles de conduites dans une charte rédactionnelle propre, elle-même inspirée des chartes nationales et internationales ou de codes déontologiques (voir p. 51). Chacun de ses membres sait assez précisément quel journal on veut faire ; c'est ainsi que chaque journal, se faisant au jour le jour, ressemble à celui qui a déjà été fait, selon une oscillation entre le meilleur et le pire. Le meilleur : un projet éditorial n'existe que s'il s'exprime dans la durée à travers chaque édition et même dans chacune de ses parties ; le pire : l'inertie qui en revient à interroger le monde afin de conforter une vision préétablie.

2. Le « concept » (ou formule)

Généralement élaboré avec les responsables commerciaux, le « concept » est, lui, assez précis. Il détermine les rubriques et les formats – articles brefs, courts, longs – les modes d'illustration, dans bien des cas les genres (articles factuels, enquêtes, reportages, interviews, mosaïques de questions-réponses, infographies), et la mise en page. Les genres sont des moyens de traitement de l'information-média ; ils devraient, en principe, être mobilisés selon leur plus ou moins grande aptitude à traiter un thème en fonction du message que l'on entend faire passer ; dans les faits, le concept prévoit tant de pages courtes illustrées de telle façon, ici un dossier, là une interview de telle longueur, etc. Un concept habilement défini et fidèlement appliqué fournit des repères aux journalistes et aux commerciaux du média ainsi qu'à son public qui se familiarise plus aisément avec lui ; c'est son avantage. Son inconvénient est de créer des espaces de traitement de l'information-média définis *a priori* et non en fonction de ce que l'on découvre des mouvements du monde. Ce dernier est alors davantage interrogé selon les « cases » prédéfinies que pour lui-même.

Projet éditorial et concept sont indispensables à l'organisation du travail comme à la lisibilité d'un média vis-à-vis de son public et vis-à-vis des annonceurs. Ils définissent une sorte d'idéal du point de vue interne et un contrat de lecture avec le public, qui incite les responsables d'un média à exiger de leurs troupes compléments et précisions. C'est un gage de perfectionnement possible du titre, de l'émission ou du site, mais non de pertinence. Souvent trop rigides, ils ne sont remis en cause qu'à la (dé)faveur de difficultés commerciales. Projet éditorial, surtout incarné par la rédaction, et concept, souvent inspiré par le commercial, peuvent aussi se concurrencer.

Chapitre III

Incertaine éthique

I. D’affaires en griefs

La manière dont les médias traitent certains sujets et le rôle qu’ils jouent dans la Cité font souvent l’objet de critiques, parfois virulentes. Elles sont plus nombreuses depuis une vingtaine d’années en raison d’une suite de dérapages ; parmi ces derniers, on peut mentionner les cas suivants :

- *charnier de Timisoara*. Décembre 1989, alors que la dictature roumaine s’effondre, de nombreux médias français, comme ceux d’autres pays, relaient d’effrayantes rumeurs sur des crimes à grande échelle prêtés au régime déchu de Ceaucescu, images d’un charnier à l’appui. Les rumeurs n’étaient pas fondées, et le charnier était une macabre mise en scène ;

- *bagagiste de Roissy*. Décembre 2002, un employé de l’aéroport au nord de Paris est arrêté, après dénonciation, par la police. Plusieurs médias évoquent des explosifs, la préparation d’un attentat, la mouvance islamiste, etc. Le suspect est innocenté, les informations avancées n’étaient que spéculation ;

- *rer d*. Juillet 2004, une jeune passagère se dit victime d’une agression antisémite, détails odieux à l’appui. Des médias relatent le récit sans vérifier et génèrent un tollé d’indignation. La prétendue victime avait affabulé ;

- *affaire Alègre*. Juillet 2005, la Chambre de l’instruction de la Cour d’appel de Toulouse prononce un non-lieu dans une affaire comportant présomptions de viols et proxénétisme mettant notamment en cause l’ancien maire de la ville, alors président du Conseil supérieur de l’audiovisuel (csa), et son procureur. Le dossier, lié à l’enquête sur les agissements d’un tueur en série, reposait sur les allégations calomnieuses d’un travesti et de deux prostituées, abondamment relayées par plusieurs médias de grande audience ;

- *affaire d’Outreau.* Décembre 2005, conclusion d’une procédure amorcée en 2001. Treize parmi les dix-sept accusés d’une affaire présentée par la Justice et par nombre de médias comme une entreprise de pédophilie aggravée à grande échelle sont définitivement innocentés. À partir d’un cas d’inceste, des médias ont contribué, avec précipitation et négligence, au ravage d’existences individuelles, à la construction d’un drame national factice et à une débâcle judiciaire.

Ces exemples figurent au nombre des cas ayant connu un grand retentissement, suscitant de nombreuses critiques, à commencer par celles de journalistes. Plusieurs leur ont consacré des ouvrages sans concession [1].

S’il faut se garder de confondre l’énumération des erreurs commises par des médias, ou les griefs leur

étant adressés, avec un diagnostic sur l'état de l'information, leur examen permet d'en esquisser une typologie. En réalité, plusieurs taxinomies sont possibles ; nous en présentons ici une seule [2].

1. Distorsion

On parle de *distorsion* quand les médias donnent une image biaisée d'un fait ou événement. La distorsion est une restitution qui pèche par manque de fidélité à la réalité, en adoptant un angle de vue trop exclusif au détriment d'autres regards nécessaires. Ce qui est fourni au public n'est pas faux mais insuffisant. De nombreux facteurs sont susceptibles d'y contribuer. En premier lieu, un média peut avoir un parti pris, de manière plus ou moins affichée, plus ou moins constante dans le temps, à l'égard des thèmes traités. Le parti pris est souvent éditorial et revendiqué ; il s'ajoute au projet éditorial et au concept pour définir une manière de traiter la matière première d'information ou la sélectionner. Il donne alors sa personnalité à un média en même temps qu'il institue *de facto* un filtre. Ce dernier peut-être idéologique : *L'Humanité,* par exemple, est contre l'économie de marché et le libre-échange, l'hebdomadaire britannique d'audience internationale *The Economist* y est favorable.

Le parti pris peut être dicté par des intérêts, notamment ceux de l'actionnaire principal. Même en admettant que les rédactions, par exemple, de tf1 (Bouygues), du *Point* (Pinault/Artemis), du *Journal du dimanche* (Lagardère), des *Échos* (Arnault/lvmh) et du *Figaro* (Dassault) demeurent vigilantes quant à leur libre arbitre éditorial, le public sera tenté de leur faire un peu moins confiance, lorsqu'il sera question, respectivement, d'un grand chantier de travaux publics, du grand commerce, de l'armement, des industries du luxe ou de l'aéronautique militaire.

Le parti pris qui peut conduire un média à déformer davantage la réalité que ne le ferait un autre peut provenir du journaliste, et s'ajouter ou contrecarrer celui ou ceux de l'éditeur. Le rédacteur – inévitablement conditionné par les valeurs de son milieu, sa formation et sa culture – peut céder à des convictions personnelles ou à des préjugés. Il est aussi la proie d'un jeu complexe d'influences de toutes sortes : amis, collègues, proches, contacts, etc. Parmi eux figurent les responsables – publics ou privés – ou d'autres interlocuteurs, à l'origine de son geste informatif ; avec ceux qui alimentent un article en informations-premières s'établit une relation qui ne peut être neutre. Notamment avec les responsables professionnels de communication – les « communicants » – dont c'est le métier de valoriser les intérêts d'une entité ou d'une personne auprès des médias. Le journaliste au travail est aussi, le plus souvent, soumis à l'obligation de faire vite. Il est rarement possible d'être aussi rigoureux qu'il le faudrait pour vérifier ou approfondir. Le manque d'exigence ou d'expérience, la paresse, la naïveté, la lassitude, etc., sont d'autres freins [3]. Le grief de la distorsion, imputable à des préjugés ou des préférences personnelles sont, par exemple, récurrents dans les critiques du traitement du conflit israélo-palestinien.

Peut-être plus insidieuse et plus difficile à combattre est la distorsion due à une pensée dominante qui influence éditeurs et rédacteurs à leur insu. Il peut s'agir d'une idéologie politique ou économique très largement partagée, d'une interprétation historique admise, d'acquis scientifiques non discutés – sortes de toiles de fond d'une pensée commune. Ces facteurs sont difficiles à identifier car ils exigent beaucoup de recul de la part des intéressés [4]. Les exposer publiquement exige aussi du courage ; s'opposer à une pensée dominante est, par définition, une position solitaire. L'une des illustrations récentes les plus spectaculaires est celle fournie par les médias américains à la veille de la deuxième guerre menée en 2003 par les États-Unis contre l'Irak [5]. L'aveuglement collectif sur la question des armes de destruction massive que ce pays aurait détenues est désormais un cas d'école de la critique.

La pensée dominante peut revêtir la dimension d'un authentique terreau culturel à partir duquel croissent d'autres idées, à la manière des *epistémè* décrites par Foucault, tel le racialisme d'avant-guerre, c'est-à-dire la conviction de différences psychologiques, culturelles et d'aptitudes ancrées biologiquement. Il empruntait aux pensées politique, économique, historique et scientifique du moment qu'il imprégnait en retour. *A contrario*, toute pensée dominante parmi les acteurs des médias, n'est pas forcément un préjugé à l'œuvre souterrainement, telle sans doute le parti pris, qui leur a été reproché, en faveur de la Constitution européenne lors du référendum de 2005.

2. Falsification

On parle de *falsification* quand les médias trompent. Il y a deux cas de figure, avec des variantes :

A) La tromperie non-intentionnelle

– Ce qui est écrit ou dit (par le journaliste) n'est pas ce qu'il a vu, lu ou entendu, ou le son ou l'image reproduits ne signifient pas ce qu'il croit et qu'il prétend. C'est l'erreur de bonne foi.

– Ce qui est vu, lu, entendu et rapporté, ou ce qui est enregistré ou filmé et diffusé, ne correspond pas intégralement à ce qui aurait dû l'être, un élément – éventuellement essentiel – du compte rendu étant omis. Connaissance insuffisante du thème ou du terrain, contexte trompeur, mauvaise appréciation de l'informateur ou du crédit qu'il faut lui accorder en sont souvent les causes.

– Ce qui est vu, lu ou entendu, enregistré ou filmé est faux – c'est-à-dire que cela ne vaut pas pour ce que cela prétend valoir – et ne devait pas être rapporté, sinon au deuxième degré, comme faux et analysé comme tel ; le journaliste est alors manipulé.

B) La tromperie intentionnelle

Ce sont l'omission et les accommodements au service d'un autre projet que la transcription la plus vraie possible : on tait ce que l'on sait, en sachant que c'est cela qui devrait être dit ou dit *aussi* ; on dit, ou laisse entendre, une chose ni vue, ni lue, ni entendue, que l'on estime ou souhaite vraisemblable ou probable. Dans ces cas, le journaliste cède à d'autres préoccupations. Il peut s'agir d'un intérêt ou d'une idéologie auquel il estime devoir obéir, qu'il veut préserver ou qu'il n'ose pas inquiéter (censure/autocensure) ; il peut s'agir d'une complaisance envers une représentation intellectuelle (schéma de pensée) *a priori*. Le reportage ne relate pas comme on a vu ou appris, l'enquête met en avant ce qui n'est pas acquis, l'analyse prend un paramètre en compte au détriment d'un autre qui le contredit, le billet décrie ou vante à tort… Le journaliste, se mentant parfois à lui-même, cherche à faire correspondre sa présentation des choses avec la vision qu'il en a [6].

3. Sous-information

Il y a *sous-information* lorsque les médias ne savent pas bien de quoi ils parlent. Si la distorsion et la falsification placent le journaliste dans une situation plus ou moins subie, les situations de sous-information relèvent de sa pleine responsabilité. La construction de l'information-média recèle une exigence interne d'exactitude et de précision et assigne au journaliste l'obligation de savoir tout ce qui est possible sur le sujet qu'il traite. Principaux motifs de sous-information (jouant circulairement

entre eux) : une connaissance *a priori* insuffisante, une enquête insuffisante, une exigence insuffisante. Ou un placement inadéquat. Trop loin ou trop près, le journaliste voit mal ; il est conduit soit à sous-évaluer ce qu'il observe, soit à le sur-évaluer. L'inadéquation consiste aussi à se porter vers ce qui se montre et se voit le plus facilement au détriment de la part cachée qu'il serait plus pertinent de mettre au jour. C'est par exemple l'attrait du feu auquel il a été reproché aux médias de céder dans leur traitement des banlieues. [7]

La sous-information précipite le journaliste dans le cauchemar de l'approximation. Ses effets sont la minimisation, l'exagération et la spéculation que les anglo-saxons nomment parfois le *maybe journalism*. [8] L'usage du conditionnel, souvent recommandable, n'est pas toujours suffisant pour éviter l'effet, ravageur, de rumeur. Il ne suffit pas pour octroyer à ce qui est avancé le statut d'incertitude, car le seul fait de relayer une rumeur lui confère le statut d'une chose dite, ou écrite, etc. et contribue à lui donner corps. Si la rumeur est fausse, sa propagation est toujours vraie, et cette dernière, en elle-même, nourrit une équivoque entre ce qui est faux et ce qui vrai.

L'irrespect à l'égard des personnes et la compromission de leur réputation proviennent souvent de la sous-information à laquelle se greffe l'inconséquence.

4. Méqualification

La *méqualification* désigne les cas où les médias commettent des erreurs de jugement. L'appréciation fautive n'est pas, en l'occurrence, imputable à un mauvais placement par rapport à la chose observée, mais au traitement lui-même. Dans ces cas, le journaliste reconduit ce qu'il ne peut pas établir à ce qu'il peut établir. Il y a soit :

- *Sous-qualification* : une situation est simplifiée, par exemple, par réduction du collectif à l'individuel (personnification) ou par réduction du complexe au trop simple (sensationnalisme).

- *Surqualification* : une situation particulière est extrapolée (généralisation de l'individu au groupe ou d'un espace géographique restreint à un ensemble plus vaste).

- *Disqualification* : c'est la compromission de personnes comme conséquence des deux précédents travers : soit un groupe est disqualifié par la mise en avant d'un individu, soit c'est l'individu qui endosse la responsabilité pour le groupe.

5. Uniformisation

L'*uniformisation* se rapporte aux situations où les médias parlent d'une seule et même voix. Il y a deux types d'uniformisation : celle propre à un média et celle qui transparaît entre médias. La première provient d'un lissage entre informations à l'intérieur d'un même média et s'explique par l'application systématique d'une même grille d'interprétation ; la seconde concerne un thème tel qu'il est traité d'un média à l'autre.

D'un média à l'autre, les sujets dominants paraissent les mêmes. Les messages délivrés après leur traitement semblent analogues. Les médias donnent l'impression de se laisser prendre dans un même tourbillon et d'avoir perdu leur discernement individuel. Le phénomène est récurrent entre médias directement concurrents au sein d'une famille de médias. Combien de fois les couvertures des *news*

français ne portent-elles pas exactement, à quelques numéros d'intervalle voire parfois la même semaine, sur un même thème, qui n'est pourtant pas dicté par une actualité forte et récente ! En zappant d'un journal télévisé à un autre, le téléspectateur observe que ce sont parfois les mêmes sujets qui se succèdent dans le même ordre, pour dire à peu près les mêmes choses ; *idem* entre les stations de radios nationales. Le phénomène est plus manifeste à l'occasion d'une actualité forte – jeux olympiques, guerre, catastrophes naturelles, élection, etc. L'uniformisation devient alors sensible d'une famille de médias à l'autre, donnant au public l'impression de n'avoir plus le choix entre différentes interprétations possibles et d'être contraint, à son tour, de penser comme ceux dont il reçoit l'univoque message de toute part.

L'uniformisation concerne davantage les sujets importants figurant en une, sur la couverture, ou en tête des journaux. Elle est certainement imputable au fait que les médias s'observent et s'influencent les uns les autres, mais pas seulement. Il existe aussi une relative communauté de vue entre artisans de l'information ; la plupart sont susceptibles d'œuvrer dans différents médias, et beaucoup le font au cours de leur carrière – communauté de vue entre les éditeurs qui se portent sur le même marché et disposent des mêmes outils d'appréciation, entre les rédacteurs aussi, dont les systèmes de valeur ne sont guère éloignés. Les seniors sont en outre entraînés à anticiper les réactions de leurs confrères. Joue ainsi souvent, entre médias, des phénomènes de prophéties autoréalisatrices, à l'instar de ceux observés sur les marchés. *A contrario* de l'uniformisation, certaines rédactions cultivent l'originalité, fût-ce pour elle-même et à tout prix.

S'il est difficile de lutter contre l'uniformisation, sans verser dans une originalité forcée, c'est pour une raison majeure : une interprétation personnelle du monde suppose, de la part d'un média, un regard très critique sur l'information-première la plus disponible et la quête exigeante d'une matière qui n'est pas immédiatement disponible.

6. Recomposition

On parle de *recomposition* quand les médias modifient leur objet d'observation. Que la publication d'information par les médias soit suivie d'effet est normale et même souhaitable – le monde est à corriger en permanence, l'exhibition publique de différents pans de sa réalité doit y contribuer. Moins évidente est la modification provoquée, avant toute publication, par l'intervention même des médias sur le théâtre qu'ils sont censés explorer et décrire. Il est presque impossible que l'arrivée d'un journaliste dans un lieu n'ait aucune incidence sur le comportement de ceux qui l'occupent habituellement ; à charge à celui-ci de se montrer discret et de faire la part des changements générés par sa présence. Cette retenue devient impossible à observer lorsque les journalistes sont nombreux, *a fortiori* lorsqu'un lieu est investi par une foule d'envoyés spéciaux.

La question de l'intrusion de l'observateur sur le théâtre de son observation ne doit pas être confondue avec celle du mode narratif ; le journaliste peut livrer un récit à la première personne, aller même jusqu'à lui donner un tour littéraire, sans s'être, en amont, projeté sur la scène.

Lorsque l'information produite parvient en retour sur le lieu de l'affaire suivie et touche ses acteurs directs ou indirects, la modification de l'objet d'observation est inévitable. Elle peut avoir des effets pervers (voir p. 109). C'est alors que peuvent se produire des phénomènes collectifs d'emballement et de surenchères entre médias.

La recomposition enfin, peut provenir de l'effet cumulatif de la couverture d'un sujet par de nombreux médias et son évocation répétée lors d'éditions successives (voir p. 119). Cet effet d'amplification est parfois recherché par les acteurs. C'est, très banalement, le cas de tous ceux qui ont vocation à exercer une pression : syndicats, associations écologistes, *lobbies*, etc. C'est aussi le cas, dans un tout autre registre, des auteurs d'attentats ou de prise d'otage.

7. Irresponsabilité

Le reproche est récurrent : les médias critiquent, stigmatisent les comportements déviants, s'attardent sur ce qui ne va pas, exigent des comptes… mais ne sont pas tenus d'en rendre, et de fait ils en rendent peu. À cet égard, deux écoles s'affrontent. Il y a ceux qui pensent que ce décalage est inhérent au geste même d'informer : il ne faut ni brider ni inhiber les initiatives si l'on veut que les journalistes exercent leur responsabilité. Il y a ceux qui estiment que l'on ne saurait déroger aux principes auxquels on soumet autrui, qu'il y va de la cohérence et de la légitimité de l'information publique.

Dans les faits, l'irresponsabilité de principe des journalistes est loin d'être complète. Outre les cas prévus par la loi (voir chap. IV), un dispositif constitué de règles morales et d'instances faisant contrepoids est en place.

II. Déontologie et garde-fous

La situation française est paradoxale : il existe un grand nombre de textes de références, d'instances dans les médias, d'organismes professionnels ou privés consacrés à l'éthique et à la déontologie, mais rien, dans ce dispositif, ne donne pleinement satisfaction. Ce n'est pas faute d'efforts. De nombreux acteurs ont décrit leurs expériences, des experts s'y sont intéressés à l'occasion de rapports, de rencontres ou au sein d'institutions, la situation française a été comparée à celle de l'étranger, de toute part des propositions ont été faites. Des initiatives se font encore régulièrement connaître ; plusieurs actions sont en cours, notamment pour promouvoir un nouveau code et un conseil de presse. Devant ce tableau, et alors que la critique des médias et de la communication en général prend de l'ampleur, on peut hasarder ce pronostic : il serait surprenant que les choses restent durablement en l'état.

1. Chartes et codes généraux

A) La Charte des devoirs professionnels des journalistes français

Ce texte date de janvier 1938 ; il constitue la version révisée du texte adopté en 1918 par le Conseil d'administration du Syndicat des journalistes français (devenu Syndicat national des journalistes, snj). C'est à lui que l'on se réfère lorsque l'on évoque couramment « la Charte des journalistes ».

« Un journaliste digne de ce nom :

- prend la responsabilité de tous ses écrits, même anonymes ;
- tient la calomnie, les accusations sans preuves, l'altération des documents, la déformation des faits, le mensonge, pour les plus graves fautes professionnelles ;

- ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel ;
- n'accepte que des missions compatibles avec sa dignité professionnelle ;
- s'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaires, d'user de moyens déloyaux pour obtenir une information ou surprendre la bonne foi de quiconque ;
- ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;
- ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale ou financière ;
- ne commet aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit un texte quelconque ;
- ne sollicite pas la place d'un confrère ni ne provoque son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures ;
- garde le secret professionnel ;
- n'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ;
- revendique la liberté de publier honnêtement ses informations, tient le scrupule et le souci de la justice pour des règles premières, ne confond pas son rôle avec celui du policier. »

B) La Déclaration des devoirs et des droits des journalistes français

Si la Charte française conserve la valeur d'un jalon historique qui reste d'actualité, elle a perdu son monopole de référence commune depuis l'adoption d'un texte, le 25 novembre 1971 à Munich, par les syndicats de journalistes des pays alors membres de la Communauté européenne, plus ceux de Suisse et d'Autriche, et plusieurs organisations internationales de journalistes. La déclaration de Munich s'est depuis imposée dans toute l'Europe, voire au-delà. Pour beaucoup, cette Déclaration s'est aussi substituée à la Déclaration de principe de la Fédération internationale des journalistes (fij), rédigée en 1954 et révisée en 1986.

« Préambule

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain. De ce droit du public à connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes. La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.

La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulée ici. Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journaliste que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la dignité professionnelles sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

Déclaration des devoirs

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

1. respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité ;

2. défendre la liberté de l'information, du commentaire et de la critique ;

3. publier seulement les informations dont l'origine est connue ou, dans le cas contraire, les accompagner des réserves nécessaires ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et documents ;

4. ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents ;

5. s'obliger à respecter la vie privée des personnes ;

6. rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte ;

7. garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement ;

8. s'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement, ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information ; ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ;

9. refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction.

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

Déclaration des droits

1. Les journalistes revendiquent le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception et en vertu de motifs clairement exprimés.

2. Le journaliste a le droit de refuser toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information auquel il collabore, telle qu'elle est déterminée par écrit dans son contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.

3. Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou à sa conscience.

4. L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée, avant toute décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion des journalistes.

5. En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant la sécurité matérielle et morale de son travail ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien, et suffisante pour garantir son indépendance économique. »

L'intention de fournir des repères moraux aux journaux de l'entre-deux-guerres, dont les mœurs étaient parfois déplorables, transpire nettement dans la Charte française de 1918-1938. La déclaration de Munich, d'une remarquable hauteur de vue, est d'une tout autre portée. Elle confère au journaliste le rôle d'informateur public tout en reconnaissant sa dépendance vis-à-vis de l'éditeur, son employeur. Dans un mélange d'utopie et de réalisme prosaïque, le texte subordonne le droit des journalistes à être informés au droit à l'information dont dispose « tout être humain » pour autant qu'il y aille de la « vie publique », et assigne *de facto* à l'entreprise éditrice de se mettre elle-même au service de cette mission. La déclaration de Munich est aussi d'une grande modernité ; elle assimile l'esprit des droits fondamentaux qui concernent la communication – tels qu'il est notamment décliné à travers le droit à l'expression dans le « bloc constitutionnel » français – tout en anticipant sa réinterprétation jurisprudentielle par la Cour européenne des droits de l'homme en faveur d'un droit à être informé.

Il reste que ni la Charte ni la Déclaration n'ont de caractère contraignant. Dans l'Hexagone, l'enjeu consiste donc : 1/ à déterminer s'il est opportun de donner à ces textes, ou à d'autres, une valeur différente de celle, purement intellectuelle et morale, qui est la leur ; 2/ et si oui, comment ? Deux positions principalement se font jour : l'une demande qu'un ou plusieurs textes déontologiques soient annexés à la Convention collective nationale de travail des journalistes ; la seconde suggère de subordonner la définition ou l'adoption d'un texte à la mise en place d'un conseil de presse qui serait chargé de le faire respecter.

L'annexion d'une ou de plusieurs chartes à la Convention collective est une revendication syndicale à l'adresse des fédérations patronales qui demeure jusqu'à présent éconduite. De son côté, le « pôle 1 » des États généraux de la presse, réunis fin 2008 à l'initiative des pouvoirs publics, a proposé d'élaborer un nouveau texte, dans le but précisément de l'annexer à la Convention. Un groupe de travail, constitué à l'issue de ces États généraux et présidé par le responsable du pôle, Bruno Frappat, président d'honneur de Bayard Presse, a fait connaître, à l'automne 2009, son projet de code de déontologie pour les journalistes, invitant les partenaires sociaux à en débattre [9]. Plusieurs voix, parmi les syndicats et les sociétés de journalistes, ont fait valoir que le texte ne mettait pas assez l'accent sur la responsabilité des éditeurs.

La question d'une annexion d'un texte de référence éthique à la Convention collective soulève plusieurs questions, à commencer par celle de sa pertinence juridique : s'il s'agit de garantir le droit à l'information du public, ce texte est-il à sa place dans la Convention, subdivision du Code du travail chargée de régler les rapports entre employeurs et employés ? Appartiendrait-il au Conseil de prud'hommes de se prononcer, en premier recours, sur des litiges dont l'intérêt général serait le véritable enjeu ? D'une manière générale, l'ordre judiciaire est-il ici compétent ? Probablement, dans la mesure où les griefs seraient portés entre éditeurs et journalistes et pour autant qu'ils relèveraient du registre du travail. Mais qu'en est-il s'ils proviennent du public voire des pouvoirs publics, s'ils

s'adressent à un ou à plusieurs médias et s'ils relèvent d'un droit à l'information ? Aucune cour ne serait alors compétente. Autrement dit, aucune affaire du type de celles ayant donné lieu, dans un passé récent, à l'emballement des médias – affaire Villemin, Outreau, etc. – ne pourrait être soumise à un examen public. Pour cette raison, plusieurs voix suggèrent que la vigilance éthique à l'échelle de la profession soit confiée à un organisme national – un Conseil de presse, par exemple –, fût-ce parallèlement à une vigilance qui pourrait s'exercer à l'échelle de l'entreprise, grâce à un enrichissement de la Convention collective.

Dans de très nombreux pays, des chartes ou des codes ont été adoptées. Elles servent souvent de référence à un conseil de presse. Le site EthicNet du Department of Journalism and Mass Communication (Université de Tampere, Finlande) en recense une cinquantaine dans quarante-six pays européens, certains comptant plusieurs textes. Le Global Journalist Ressource du Reynolds Journalism Institute (rji, Université du Missouri), conçu par le français Claude-Jean Bertrand, en héberge, quant à lui, plus de quatre cents [10].

L'essence commune de ces textes est d'énoncer des principes généraux à l'instar de la Charte ou de la Déclaration (cités *supra*) ; ils n'en reflètent pas moins souvent des préoccupations propres à leur contexte d'origine. Exemples :

C) Code de la Society of Professional Journalists

Actualisé en 1996, soixante-dix ans après la première version, ne dément pas le pragmatisme *fair-play* prêté aux Américains du nord, comme l'attestent certaines dispositions : « Examiner ses propres valeurs culturelles et éviter de les imposer au public. Donner la parole à ceux qui n'ont pas la parole ; les sources officielles et non officielles peuvent être également valides. Éviter les conflits d'intérêt, réels ou perçus. Encourager le public à exprimer ses reproches envers les médias. »

D) Editors' Code of Practice britannique

Ratifié en 2009 par la Press Complaints Commission, il fait preuve, à propos de questions sensibles, d'une exigence et d'une précision méticuleuse. Pas moins de dix alinéas concernent les enfants, dont cinq dans le contexte d'affaires sexuelles. Le point 7.2.iv, par exemple, précise qu'une information « ne doit comporter aucune allusion aux relations entre les accusés et l'enfant ». Le point 13.i, qui traite du journalisme financier, stipule que « même dans les cas où la loi ne l'interdit pas, les journalistes ne doivent pas utiliser à leur profit, avant publication, les informations financières qu'ils obtiennent, ni en faire bénéficier autrui. »

E) Le Pressekodex

Élaboré en 1973 par le *Deutsche Presserat* avec les organisations professionnelles, il insiste dans sa version actualisée de 2008, sur la prudence dont les médias doivent faire preuve en matière d'information scientifique et médicale. L'alinéa 14 dispose que « […] les premiers résultats d'une recherche, ne doivent pas être présentés comme concluants ou sur le point de pouvoir être tenus pour tels ».

F) Arab Code of Ethics

Adopté en 1972 par la III[e] Conférence de la Fédération des journalistes arabes, il affirme, dans son § 3, le caractère « inviolable » de l'information *(« The message of the press is sacred […] »)*. Le neuvième et dernier paragraphe s'attache longuement à faire la part entre contenu éditorial et propagande politique.

G) Code d'éthique des journalistes congolais

Approuvé en 2004 à Kinshasa, entérine dans son préambule le Code de Munich, et précise dans son article 15 qu'un bon journaliste « s'abstient de publier des correctifs à propos d'articles qu'il/elle n'aurait jamais écrit ». L'article 19, lui, demande que la rédaction soit consultée préalablement à tout mouvement ou recrutement en son sein.

S'ils se veulent génériques, chartes et codes laissent transparaître l'inscription nécessairement circonstancielle des pratiques nationales. La Fédération internationale des journalistes (fij) qui regroupe les syndicats du monde entier a lancé, en 2008, une campagne intitulée *« The Ethical Journalism Initiative »* dans le but d'élever la qualité de l'information. Elle a entre autres créé, en 2009, un site où l'on trouve notamment son guide, *To Tell You the Truth* . Cet ouvrage mérite une mention à part : il est peut-être le seul à illustrer des principes généraux par des cas d'école variés puisés à toutes les extrémités du globe. Ce faisant, il replace nombre des dispositions éthiques, communes à la plupart des chartes ou codes, dans une perspective universelle aussi inédite que concrète [11].

2. Chartes ou codes spécifiques

Il en existe de plusieurs sortes :

- les textes qui concernent des familles de médias. Par exemple, en France, celle de la presse hebdomadaire régionale ou celle de la presse spécialisée;
- les textes conçus au sein d'un groupe ou d'une entreprise, comme à la bbc, au *Süddeutscher Zeitung*, à Radio France internationale, à l'Agence France presse, à tf1, au *Monde* ou à *Libération*, etc.;
- les textes conçus, à l'intérieur d'un média, pour traiter une catégorie de problèmes particuliers, tels les faits divers à *Ouest France*;
- les textes conçus par une catégorie socioprofessionnelle particulière : journalistes *free lance*, étudiants journalistes;
- les textes conçus pour traiter un thème donné, comme la Charte de 2007 pour l'amélioration du traitement médiatique des banlieues, ou pour affronter une circonstance particulière, telle la Charte sur la sécurité des journalistes en zone de conflit ou de tension conçue par Reporters sans frontières en 2002 [12].

3. Sociétés des rédacteurs

La société des rédacteurs (sdr), ou société des journalistes (sdj), constitue, dans l'entreprise éditrice

d'un média, la représentation singulière de la collectivité de ceux qui construisent l'information. Son rôle est variable. Pour l'essentiel, la sdr incarne la rédaction dans sa dimension éditoriale, c'est-à-dire en dehors de ses préoccupations sociales, défendues par les sections syndicales lorsqu'elles existent. Comme le rappelle Bertrand Verfaillie dans une étude bien documentée, il s'agit de donner corps au capital intellectuel que représente l'ensemble des journalistes à côté du capital tout court [13]. Ce dernier est seul, bien souvent, à avoir voix au chapitre. Une situation particulièrement douloureuse lorsqu'un titre est cédé : nul salarié apprécie d'être confondu aux actifs matériels d'une société, les journalistes moins que d'autres.

Si la sdr jouit d'une aura particulière en France, c'est en raison de la situation exceptionnelle dont a bénéficié l'une des toutes premières d'entre elles, celle du *Monde*. Fondée en 1951 – comme le seront souvent d'autres sdr par la suite, à la « faveur » d'une crise –, elle entra au capital social du titre, devenant son acteur principal. Bertrand Verfaillie recense, en France, huit sociétés détentrices d'une part du capital (sociétés que l'auteur distingue à juste titre des sociétés groupant l'ensemble du personnel d'un média). Au total, une trentaine de sdr, relevant de toutes les familles de médias, seraient actives dans l'Hexagone (en 2004, la plupart se sont regroupées en un « forum »). Dans plusieurs cas, les sdr siègent, avec ou sans voix délibérative, au conseil de surveillance de la société éditrice, ou disposent d'un droit de *veto* à l'occasion de certains choix déterminants, comme la nomination du responsable de la rédaction.

4. Médiateurs

Le médiateur, lorsqu'il en existe un, représente la première instance où la rédaction d'un média rend des comptes au public sur sa façon de travailler. C'est aussi, souvent, la seule dans les pays qui ne sont pas dotés d'un conseil de presse. Dans tous les cas, l'institution du médiateur – ou de l'*ombudsman*, comme on le nomme dans le monde anglo-saxon – est l'occasion d'un dialogue direct entre un média donné et son public. Ce dernier peut l'interpeller sur des points très précis et obtient en principe une réponse.

Dans leurs études sur le sujet, Yves Agnès et Frédérique Béal racontent la lente genèse de cette institution, apparue au début du xx^{e} siècle dans des journaux nord-américains et japonais, et comment elle s'est répandue, à la fin du siècle, un peu partout sur la planète, mais de manière très isolée [14]. En 2010, l'Organization of news Ombudsmen ne comptait guère que cinquante-deux membres. En France, les premiers médiateurs voient le jour à la *Nouvelle République du Centre ouest* et au *Monde* ; le Club des médiateurs de presse, qui réunit la plupart d'entre eux, représente seulement une quinzaine de médias. Toutes les familles de médias y sont toutefois représentées : quotidiens nationaux et régionaux, périodiques, radio, télévision, sites numériques [15]. « Le médiateur n'est ni juge ni gendarme, idéalement c'est une conscience au service de la collectivité », explique la journaliste Véronique Maurus, quatrième titulaire de la charge au *Monde* depuis 1994, qui rend compte des difficultés pratiques d'une fonction exigeant beaucoup de doigté. La marge de manœuvre ? « Elle est très étroite. Il faut trouver continuellement un compromis entre la défense des préoccupations légitimes des lecteurs (et de la qualité du journal) et le maintien du contact avec les journalistes (gage de son efficacité). » [16]

Peu répandue, souvent accueillie avec réticence au sein des rédactions, occasion de frictions et parfois de crises, quel bilan d'étape dresser de l'institution du médiateur ? Il est en demi-teinte, pour Yves Agnès, « faible sur la qualité de l'information », mais somme toute encourageant : « La présence du

médiateur, son rôle de “sage”, de “garant de la déontologie”, sont de mieux en mieux perçus. Il est – ou peut être – un garde-fou efficace pour une rédaction qui veut jouer le jeu. Avec de la diplomatie et de la fermeté, il ancre peu à peu dans les esprits l’idée que certaines erreurs ne doivent plus être commises, que le public est de plus en plus critique et exigeant et que les journalistes doivent être à la hauteur de cette exigence. » [17]

5. Veilleurs et débatteurs

Outre les organismes déjà mentionnés, de nombreux autres acteurs interviennent dans le débat éthique de l’information.

A) Parmi les institutions

– Dans son titre I, « L’ordre entre les êtres humains », l’encyclique du 11 avril 1963 « Pacem in terris » de Jean XXIII énonce que « *tout être humain a droit au respect de sa personne, à sa bonne réputation, à la liberté dans la recherche de la vérité, dans l’expression et la diffusion de la pensée, dans la création artistique, les exigences de l’ordre moral et du bien commun étant sauvegardées ; il a droit également à une information objective*. »

– La Déclaration de l’Unesco sur les médias de 1983, stipule, dans son article 1er, que « le peuple et les individus ont le droit de recevoir une image objective de la réalité par le canal d’une information précise et complète, et de s’exprimer librement par l’intermédiaire de divers moyens de diffusion de la culture et de la communication ». Cette profession de foi est originale en ce qu’elle subordonne, du point de vue logique, le droit d’expression à celui d’information, contrairement à la tradition politico-juridique. Dans les articles suivants, le journalisme est défini comme un service dû au peuple, devant être indexé aux droits de l’homme et à la paix. Dans sa somme et référence sur l’éthique de l’information, Daniel Cornu note que texte a été conçu comme « source d’inspiration pour les codes déontologiques nationaux et régionaux » [18].

– La Commission nationale consultative des droits de l’homme (cncdh), a émis, en mars 1995, un « avis sur la liberté de la presse et la responsabilité des journalistes (pour une déontologie de la liberté d’expression) » suggérant de subordonner l’attribution de la carte de presse aux journalistes et d’aides publiques aux éditeurs au respect des règles déontologiques.

– Le Conseil de l’Europe (ce), étant donné sa large assiette politico-géographique et l’importance de la Cour européenne des droits de l’homme en matière d’information, joue, dans ce domaine, un rôle moteur. Dans sa Résolution 1003 relative à l’éthique du journalisme de 1993, l’Assemblée parlementaire de cette institution pose l’information comme un « droit fondamental » appartenant aux « citoyens » et déclare (point 37) : « il faut créer des organismes ou des mécanismes d’autocontrôle composés d’éditeurs, de journalistes, d’associations d’utilisateurs des médias, de représentants des milieux universitaires et de juges qui élaboreront des résolutions sur le respect des préceptes déontologiques par les journalistes, que les médias s’engageront à rendre publiques. » Dans sa Recommandation 1215 de la même année, l’Assemblée va plus loin et suggère (point 5, ii) « […] d’établir au sein du Conseil de l’Europe un mécanisme européen d’autocontrôle de l’information, conçu comme un *ombudsman* européen des médias avec la représentativité internationale que cela implique, issu, si possible, des organes ou des mécanismes d’autocontrôle nationaux […] ». En 2008, c’est le Comité des ministres du ce qui réclame dans la Résolution 1636 (point 8, 25) : « il devrait

exister un système d'autorégulation des médias, comprenant un droit de réponse et de correction ou d'excuses volontaires des journalistes. Les médias devraient créer leurs propres organes d'autorégulation – commission des plaintes ou médiateurs. Les décisions de ces organes devraient être mises en application. Ces mesures devraient être reconnues par les tribunaux ».

– En 2008, l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (osce), a publié un très didactique *Guide pratique pour l'autorégulation des médias.*

– Le Conseil économique et social a, en 2005, rendu public le rapport de Michel Muller qui brosse un ample tableau de l'information dans l'Hexagone, mettant notamment en relief l'apparition d'un « mélange des genres » information/publicité, et qui s'inquiète de l'avenir des contenus dans les médias confrontés à une pression économique croissante.

B) Dans le champ de la recherche

On peut évoquer :

- le Reynolds Journalism Institut de l'Université du Missouri, doté du Global Journalist Ressource ; il inclut de nombreux liens vers des « Media Accountability System » (« m*a*r*s*, Moyens d'assurer la responsabilité sociale des médias ») ;

- la *Columbia Journalism Review* (cjr), lié à l'École de journalisme de l'Université new-yorkaise, exerce sur le web, en marge de son magazine bimestriel, le rôle d'une vigie critique quotidienne sur l'éthique dans la profession ;

- le Project for Excellence in Journalism (pej), d'abord lié à l'école de journalisme de l'Université de Columbia, a rallié le Pew Research Center ; il se conçoit comme un *fact tank* pour la compréhension de la « révolution de l'information ». Il publie notamment des études, dont l'annuel *State of the News Media* ;

- la School of Journalism de l'Université de l'Indiana a fait de l'étude de cas éthiques l'une de ses spécialités. Une sélection abondante est disponible en ligne à destination, particulièrement, des étudiants et professeurs en journalisme ;

- l'Université de Laval de Québec et l'École supérieure de journalisme de Lille (esj) éditent ensemble les *Cahiers du journalisme* ; le numéro 18 (printemps 2008), par exemple, est consacré à la médiation de presse ;

- le Journalism Research and Development Center de l'Université finlandaise de Tampere explore l'avenir des relations médias/public, notamment à travers le prisme des supports numériques ;

- le Réseau d'étude sur le journalisme (rej) regroupe des chercheurs du monde entier ; son site est une mine de ressources et de blogs ;

- l'Institut français de presse (ifp) de l'Université parisienne Panthéon-Assas abrite notamment le Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (carism). Son site, peu nourri, signale toutefois de nombreux travaux conduits dans l'Hexagone [19].

C) Parmi les organismes professionnels

– La Society of Professional Journalists (spj), héritière du groupement Sigma Delta Chi mué en fondation, revendique, aux États-Unis, le rang de première organisation dans sa catégorie. Son site regorge de ressources de tous types. Sa subdivision Ethics, animée par un comité de dix-sept membres, est l'un des lieux de référence les plus importants dans son domaine : documents, outils, études de cas, réponses à des questions brûlantes, etc. ;

– Les syndicats de journalistes. En France, ils font souvent valoir que le respect de règles éthiques est indissociable des conditions de travail, voire qu'il est directement indexé à celles-ci, *a fortiori* à l'heure où les éditeurs attendent de plus en plus de leurs équipes des prestations à la fois écrites et/ou audiovisuelles et sur plusieurs vecteurs numériques [20].

D) Parmi les organismes indépendants

– Les Assises internationales du journalisme et de l'information. Elles se tiennent tous les ans depuis 2007. En 2008, un groupe de travail a élaboré un document d'un grand intérêt : la « Charte qualité de l'information », qui prend acte des conditions d'exercice effectives du métier d'informer. Ce texte formule, sur le fonds des chartes de 1938 et de 1971, le concept de « contrat éditorial » qui devrait engager ensemble journalistes, éditeurs et médias vis-à-vis du public ;

– Plusieurs structures se sont mises en place ces dernières années pour suivre et critiquer l'activité des médias. Notamment : Acrimed, Ca presse, Documental.com, L'Observatoire des médias, Arrêt sur images (site payant), le clemi (presse dans l'éducation) [21].

III. Les conseils de presse

La Grande-Bretagne, l'Allemagne, la Russie et la Turquie, en ont un, la Belgique en a désormais deux – un par communauté linguistique –, celui de la Confédération helvétique s'accommode de ses trois langues ; les États-Unis, l'Autriche, le Pakistan n'en ont plus, la France n'en a pas, de même que la Grèce ou la Pologne. Il en est de locaux, mais pas d'international – l'énumération, dans tous les cas, n'est pas exhaustive. L'existence ou l'absence d'un Conseil de presse, son fondement institutionnel, les modalités de son fonctionnement, sont souvent considérés, à tort ou à raison, comme les critères d'une certaine maturité dans la vigilance éthique de l'information. Leur nom, comme leur rôle, sont variables ; l'expression générique de « Conseil » convient toutefois assez bien dans la mesure où, dans bien des cas, ils n'interviennent pas seulement *a posteriori* (de la publication) mais jouent aussi un rôle *a priori* de consultant.

L'Alliance of independent Press Councils of Europe (aipce) (dont le périmètre va jusqu'à l'Azerbaïdjan) affiche, en 2010, vingt-cinq membres [22]. Le recensement mondial effectué en 2007 par Claude-Jean Bertrand dénombrait quarante-sept authentiques conseils nationaux actifs, vingt et un conseils à compétence locale dont onze aux États-Unis, et vingt et un observatoires de médias [23]. Selon le Reynolds Journalism Institute (Université du Missouri), qui s'efforce de tenir à jour une documentation sur chacune de ces institutions, « un Conseil de presse réunit normalement des représentants d'éditeurs, de journalistes et du public pour instruire des plaintes contre les médias et pour défendre la liberté de la presse. Sa seule arme est la publication de ses jugements ». L'esprit des

conseils est celui d'une autorégulation des professions de l'information et d'une confrontation à l'amiable avec leur public. Le plus souvent, leur création n'est pas due à une loi et leur statut est celui d'une organisation non-administrative. Sur ce fond se greffent bien des cas particuliers. Citons celui du Pressenaevnet danois dont l'établissement a été prévu, en 1992, par le Danish Media Liability Act mais qui n'en est pas moins indépendant. Le Presserat allemand, organisme purement professionnel, reçoit une subvention publique votée par le parlement, dont le montant (178 000 € en 2010) ne doit pas excéder 49 % de son budget global. Le Swedish Press Council peut aller jusqu'à infliger des sanctions pécuniaires.

Les deux tiers des conseils de presse recensés ont été créés durant les vingt dernières années. Ils semblent donc répondre à une demande relativement nouvelle et croissante comme le laisse penser leur activité. Voyons trois exemples de plus près.

1. Le Conseil de presse du Québec

Fondé en 1973, il est parmi les plus anciens. Il est tripartite ; dans le vocabulaire des conseils, cela signifie qu'il est composé de représentants de journalistes, d'éditeurs et du public. Fait notable : son champ couvre non seulement les médias écrits et numériques mais aussi audiovisuels, contrairement à ce qui se fait dans nombre de pays. Le Conseil québécois a une vision large de sa vocation, d'animateur du débat public sur l'éthique de l'information au « tribunal d'honneur » : « Quiconque estime être victime ou témoin d'une atteinte à la liberté de la presse ou au droit du public à l'information peut, sans frais, soumettre une plainte au Conseil de presse. On peut ainsi dénoncer l'inexactitude d'une information, le manque d'équilibre dans le traitement de l'information, un conflit d'intérêts, un cas de censure, etc. »

Lors de son exercice 2008-2009, le Conseil a été sollicité sept cents fois à titres divers ; cent affaires ont connu une suite et ont donné lieu à une décision de sa part, la moitié à la demande de particuliers – chiffres stables par rapport à ceux de la période précédente.

Son budget de 439 000 $ canadiens (328 000 €) – dont une subvention gouvernementale de 100 000 $ (75 000 €) – a marqué un déficit de 54 000 $ (40 000 €). Les requêtes relèvent, dans cet ordre, des catégories « équilibre de l'information », « exactitude de l'information », « respect de la vie privée/réputation », « choix de couverture/contenu », « accès du public aux médias/droit de réponse », « rectification de l'information » et « sensationnalisme ». Les quotidiens sont les principaux visés, puis la télévision et les hebdomadaires.

La lecture des dossiers rendus publics par le Conseil montre que l'art et la manière d'informer sont susceptibles d'être soumis à un examen minutieux. Extraits [24] :

« M. Charles Lespérance reproche à *La Presse* d'avoir utilisé faussement la mention "exclusif" dans le titre d'un article paru le 9 juillet 2009. Puisque le même jour, un quotidien concurrent publiait la même nouvelle, le plaignant conclut que cette mention est inexacte et sensationnaliste […]. »

Selon l'instruction, cette affaire recouvre en fait les trois griefs d'« inexactitude », de « sensationnalisme » et de « manquement à l'honnêteté ». Le Conseil donnera tort au quotidien sur le premier grief mais ne retiendra pas les deux suivants.

« Résumé de la plainte : M. Steve Foster, président-directeur général du Conseil québécois des gais et lesbiennes, porte plainte contre le journaliste Jean-Maurice Pinel, de l'hebdomadaire *Journal Haute Côte-Nord Est*, pour avoir publié des propos méprisants envers le coanimateur de l'émission "Tout le monde en parle", M. Danny Turcotte et à l'encontre de la communauté gaie du Québec, dans une chronique intitulée "Pas facile les dimanches", publiée le 15 juillet 2009.

Commentaires [après exposé détaillé des griefs] de M. Jean-Maurice Pinel, journaliste : […] Le mis-en-cause dit respecter l'indignation et la consternation de M. Foster, mais affirme que le plaignant cite mal son texte. En effet, M. Pinel souligne qu'il a écrit, dans sa chronique, "un accent tapette" et non "un accent de tapette". Selon lui, le mot "tapette" renverrait au terme "efféminé". Il souligne que sa génération, c'est-à-dire celle des années 1960-1970, lui donnait ce sens et que, *le Dictionnaire général de la langue française au Canada* donnerait la définition suivante : "Adj. et n. efféminé : il est pas mal tapette pour s'amuser ainsi à faire des broderies et de la dentelle." Par conséquent, le mis-en-cause estime qu'il serait faux de penser qu'il se permettait de "juger l'orientation sexuelle d'un invité à la télévision" […].

Décision [après réplique du plaignant] : […] le Conseil observe que le journaliste a tenu des propos méprisants et qui, de plus, véhiculent et entretiennent des préjugés et des stéréotypes. En effet, d'avoir utilisé les mots "fif" et "accent tapette", en plus d'y avoir accolé l'expression "pas à mouches", ne pouvait que nourrir voire alimenter les préjugés à l'égard des personnes homosexuelles. Par conséquent, le grief est retenu. Au vu de ce qui précède, le Conseil de presse retient la plainte de M. Steve Foster, président-directeur général du Conseil québécois des gais et lesbiennes, à l'encontre du journaliste, M. Jean-Maurice Pinel et de l'hebdomadaire *Journal Haute Côte-Nord Est* pour préjugés et propos méprisants. Le Conseil de presse du Québec rappelle que : "Lorsqu'une plainte est retenue, l'entreprise de presse visée par la décision a l'obligation morale de la publier ou de la diffuser." »

« M. Alexandre Popovic porte plainte contre M. Richard Martineau et le *Journal de Montréal*. Il reproche au journaliste d'avoir, dans une chronique intitulée "Prier pour que ça pète", publiée le 11 août 2009, détourné le sens d'une marche commémorative se tenant dans Montréal-Nord à la mémoire de Fredy Villanueva pour laisser aux lecteurs l'impression stéréotypée que les manifestants à cette marche avaient soif de vengeance […] ». Dans ses attendus, le Conseil rappelle que le guide *Droits et responsabilités de la presse* prévoit que les « médias et les professionnels de l'information ne doivent pas avoir recours à "une interprétation abusive des faits et des événements" ». Il relève en outre « que l'interprétation personnelle que fait le chroniqueur des événements pouvait laisser aux lecteurs l'impression que l'ensemble des participants à la marche cautionnaient les gestes violents commis par certains d'entre eux. Il souligne que c'est en faisant référence aux "manifestants" en général et en utilisant des termes comme "votre manifestation", "votre cause", "votre quartier" et "grands militants pacifistes", lorsqu'il présente son point de vue, que le chroniqueur a introduit cette généralisation abusive. Le Conseil n'écarte toutefois pas la possibilité que M. Martineau, en utilisant ces termes, n'ait souhaité faire référence qu'aux seuls individus responsables des débordements violents lors de cette manifestation. Il remarque cependant que si M. Martineau avait pris soin de rapporter l'information selon laquelle les organisateurs de la manifestation sont intervenus pour que cette dernière rentre dans l'ordre, l'impression de généralisation qui ressort de sa chronique aurait probablement été atténuée. En ce sens, bien que le guide de déontologie accorde au chroniqueur ou au journaliste l'entière responsabilité du choix des éléments qu'il juge pertinent, en vertu de la liberté éditoriale dont il dispose, l'omission avait pour conséquence, dans ce cas, d'ouvrir la porte à une généralisation abusive. Le grief est retenu. »

« L'Association du Falun Dafa du Canada s'est plainte du reportage intitulé "Malaise dans le Chinatown", diffusé à Radio-Canada [le 30 octobre 2008]. Ce reportage constituerait, selon les plaignants, une tentative de dénigrement du Falun Gong, un groupe minoritaire au Canada et victime de persécution en Chine. Pour l'Association du Falun Dafa du Canada, le reportage diffusé sur les ondes de Radio-Canada ne respectait pas l'éthique journalistique et aurait, également, causé un tort important aux partisans du Falun Gong du Québec. Selon elle, Radio-Canada avait une approche biaisée qui ne respectait pas les faits, en présentant le Falun Gong comme une source de dysharmonie et de désunion de la communauté chinoise du Canada. Le portrait du Falun Gong serait également accompagné, à certaines occasions, de musique inspirant la crainte ainsi que d'angles de caméras peu flatteurs […]. »

Au terme d'un débat contradictoire pointilleux, qui passe le documentaire au peigne fin en soupesant chaque grief, le Conseil rend sa décision où l'on peut lire : « […] Les plaignants soutiennent que les angles de prises de vue ainsi que la musique utilisées dans le reportage alimentent l'image négative du Falun Gong que l'équipe de rédaction souhaitait transmettre aux téléspectateurs. Le Conseil pense néanmoins que le jugement exprimé par les plaignants, concernant la musique ou les angles de vue, est infondé. L'Association du Falun Dafa du Canada évoquait également la possibilité que la Société Radio-Canada soit à la solde du gouvernement chinois, statut qui l'aurait conduit à diffuser un reportage à la nette défaveur du Falun Gong. Constatant l'absence de démonstration de la part des plaignants, le Conseil ne peut aucunement conclure que la Société Radio-Canada a été privée de son indépendance éditoriale. » La plainte est rejetée.

2. La Press Complaints Commission (pcc) britannique

Elle a enregistré, en 2008, 4 698 plaintes, presque un doublement en dix ans (2 505 en 1998). Sur ce nombre, 1 420 ont été jugées recevables, seules 45 ont fait l'objet d'un arbitrage. La pcc, on le voit, donne la priorité au règlement à l'amiable. Il n'est besoin que de parcourir son rapport d'activité pour prendre la mesure d'une organisation professionnelle devenue une institution de 18 commissaires et 15 administratifs, dont le budget s'élève à 1,8 million de £ (2 millions d'€), et qui s'est réformée récemment en se dotant d'une instance d'appel et d'une structure d'audit interne ! Non seulement son *Editor's Code of Practice* fait l'objet d'une révision annuelle mais le pcc a fait l'effort, pour faciliter son interprétation, de rédiger un second ouvrage de référence à destination des journalistes : l'*Editor's Codebook*. La pcc se pose clairement comme une alternative avantageuse à la voie judiciaire : les recours sont gratuits et traités rapidement – en moyenne, trente-six jours en 2008.

Plus de 70 % des recours mettent en cause l'exactitude de l'information. Au hasard des affaires instruites début 2010, cette affirmation d'un *columnist* du *Spectator* dans son blog : « l'écrasante majorité des cas de criminalité de rue à Londres, avec couteau, arme à feu, vol ou agression sexuelle est le fait de jeunes hommes de la communauté afro-caribéenne ». L'allégation reposait sur des sources secondaires, le plaignant, lui, se réfère aux statistiques du ministère de la Justice : 32 % des cas de violences sont imputables à des ressortissants noirs, et 58 % des vols. Dans le second cas, et seulement dans celui-ci, les noirs sont une majorité mais elle n'est pas « écrasante ». En revanche, le recours d'un établissement pour déficients mentaux se plaignant d'articles relatant la fugue d'un patient dangereux a été rejeté. L'argument portait notamment sur la manière dont *The Echo* et la *Daily Gazette* s'étaient informés en se procurant des documents par des voies détournées. « Il faut faire une différence entre un journal cherchant à obtenir une information confidentielle par un subterfuge et l'obtention de celle-ci par un moyen que [le plaignant] désapprouve ». La pcc a estimé, en

l'occurrence, avoir affaire au second cas de figure et que l'intérêt public justifiait la méthode. Exemple d'un arrangement à l'amiable : un homme se plaint d'être cité à tort, par le *Sunday Times*, dans une affaire de sécurité aérienne. Le titre estime n'avoir pas enfreint le Code, mais accepte de supprimer le paragraphe litigieux de son site et de faire en sorte que le nom du plaignant n'apparaisse pas dans le lien de Google avec l'article, ni dans les résultats des moteurs de recherche.

3. Le Presserat allemand

D'abord contenue à l'imprimé, sa compétence s'est étendue en 2009 à l'information véhiculée par les réseaux numériques. Citoyens, institutions, etc., quiconque peut saisir le Presserat même sans grief personnel, éventuellement en ligne, et gratuitement. L'organisme instruit les plaintes recevables en se référant à sa charte, le Pressekodex, et produit quatre sortes d'actes : l'avis, la désapprobation, la réprimande non publique et la réprimande publique (avec obligation d'insertion). En 2003, le Presserat a reçu 682 plaintes, 253 ont été jugées recevables ; en 2008, ces chiffres étaient en légère augmentation : 729 plaintes enregistrées dont 294 recevables. Avec les récriminations dues à Internet, les statistiques 2009 ont bondi : respectivement, 1 269 et 422.

Un journal peut-il donner du crédit aux méthodes d'un « thérapeute diplômé du comportement animal » au risque d'abuser le lecteur qui le prendrait pour un vétérinaire ? Oui, a estimé le Presserat : l'article, qui donnait aussi la parole à un représentant officiel des vétérinaires, a été conçu avec suffisamment de distance et de sérieux. Tel quotidien local, en revanche, a eu tort de publier une photo avec des jeunes reconnaissables, sans autorisation parentale, pour illustrer une soi-disant bagarre de rue, en réalité banale dispute entre quelques adolescents. Tel autre a cédé à un sensationnalisme déplacé en relatant dans le détail des abus sexuels à l'encontre de mineurs.

L'une des préoccupations récurrentes du Presserat, objet de très nombreuses déplorations, est les cas de confusions de plus en plus insidieuses entre publicité et information. Pour mieux se faire comprendre dans les rédactions, le Conseil a publié, en 2009, un guide illustré d'exemples à ne pas suivre, comme cette annonce faisant état de rabais sur des mobiles, qui s'étale sur les trois colonnes d'une page. Les deux colonnes de gauche ressemblent à un article (elles sont composées et maquettées comme les autres articles du périodique) ; celle de droite à une publicité. Impossible d'identifier rapidement les trois colonnes comme un seul ensemble. Comble de rouerie : la partie ouvertement promotionnelle est coiffée d'une mention « publicité » qui confirme la première impression visuelle « article + publicité », là où il n'y a que publicité ! Vêtements, crèmes antirides, produits financiers, pizzas bio, voyages… la publicité déguisée, outre-Rhin, est une hydre [25].

4. Le cas des États-Unis

Cela peut paraître paradoxal : le pays du Premier amendement de 1791 à la Constitution – « Le Congrès ne fera aucune loi […] limitant la liberté d'expression ou celle de la presse » – n'est pas doté d'une structure nationale de veille éthique. Le National News Council n'a existé que de 1973 à 1984. Issu d'une initiative privée – celle du Twentieth Century Fund –, il disparut « faute de ressources financières et de reconnaissance de la part du public », explique Daniel Cornu ; « faute de soutien des grands médias et de motivation de la part de ses promoteurs », commentent Henri Pigeat et Jean Huteau [26]. D'autres structures, professionnelles ou académiques, exercent cependant une active fonction de vigie et de débat à l'égard des questions éthiques dans l'information (voir pp. 64 et 65).

5. Le cas de la France

Aucune institution nationale d'éthique concernant l'ensemble des métiers d'information n'existe en France. La loi du 30 septembre 1986 confère certes au Conseil supérieur de l'audiovisuel (csa) la mission de veiller au « pluralisme » et à « l'honnêteté de l'information », mais à l'égard des seules entreprises audiovisuelles auxquelles elle délivre une autorisation conditionnelle d'émettre et sans autre précision. Dans un communiqué de mars 2010, le csa relevait « une augmentation préoccupante du nombre de manquements à l'obligation de rigueur » : 35 dossiers ont été traités en 2008, 76 en 2009. Principaux manquements cités : « l'utilisation, sans vérification, d'images mises en ligne sur Internet ; l'annonce erronée de plusieurs décès ; le manque de rigueur dans la présentation de certaines informations ; des atteintes au droit à l'image ».

Au cours des États généraux de la presse qui se sont tenus fin 2008 à Paris, l'hypothèse de créer un Conseil de presse – plus ou moins jumelé à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (ccijp) – a été étudiée sans avoir été retenue parmi les recommandations. En revanche, elle a été plébiscitée, en janvier 2009, par les participants d'une « édition spéciale » des Assises internationales à Paris. Cette idée court dans la profession depuis l'entre-deux-guerres. Si elle est relancée aujourd'hui, c'est pour une large part à la faveur de l'action menée par l'Association de préfiguration d'un Conseil de presse en France (apcp) fondée, en décembre 2006, par « un groupe de journalistes, soucieux de l'avenir de leur profession confrontée à une grave crise de crédibilité », ainsi que l'énonce sa profession de foi, et présidée par Yves Agnès, ancien rédacteur en chef au *Monde* [27]. En mars 2010, l'apcp a rendu public une « maquette » esquissant assez précisément le profil et le fonctionnement d'une éventuelle future « instance indépendante de médiation pour une information de qualité ». Il ne s'agit ni de créer un ordre professionnel, ni un organisme réglementaire ou disciplinaire, mais une instance où seraient représentés public, éditeurs et journalistes, saisissable par quiconque. L'organisme se prononcerait *via* des recommandations dire ou des avis sans autre valeur que morale. L'idée-force de l' apcp est que les chartes et codes déontologiques sont voués à demeurer sans effet si une instance ne veille pas à leur application ; « depuis un siècle, éditeurs et journalistes vivent dans l'abstraction qu'ils ne doivent rendre de comptes qu'à "leurs pairs" (et, dans la pratique, ne pas rendre de comptes du tout). Ce corporatisme est devenu désuet. […] »

L'association Fidéo, créée en 2006 par plusieurs éditeurs de presse constitue, à certains égards, une ébauche de conseil de presse. Cette structure a été conçue pour soustraire à l'Autorité des marchés financiers (amf) la surveillance directe, dans les médias, des règles de « *présentation équitable des recommandations d'investissement et la mention des conflits d'intérêts* » énoncées par le *Code monétaire et financier* (article L 621, alinéas 31 à 35). Cette surveillance est ainsi déléguée, par la loi, à un organisme professionnel chargé toutefois de rendre compte à l'AMF. Saisissable, soit par cette dernière, soit par lui-même, il n'avait, mi-2010, encore eu aucune plainte à instruire. [28].

Notes

[1] Notamment : Y. Agnès, *Le Grand Bazar de l'info. Pour en finir avec le maljournalisme*, Paris, Michalon, 2005, ; F. Aubenas, *La Méprise : l'affaire d'Outreau*, Paris, Seuil, 2005, ; A. Perraud, *La Barbarie journalistique*, Paris, Flammarion, 2007. . Le sociologue Cyril Lemieux fournit aussi, dans son livre *Mauvaise presse* cité plus haut, de nombreux exemples

[2] Pour d'autres taxinomies des dérives, assorties d'exemples, voir C. Lemieux, *op. cit.*, et J.-M. Charon, *Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information*, Rapport à M^me^ la ministre de la Culture et de la Communication, 8 juillet 1999, consultable sur le site : www.ladocumentationfrancaise.fr

[3] Ces questions sont très bien évoquées par F. Simon, *op. cit.*

[4] Sur ce point, lire : J-L Martin-Lagardette, « Comment penser contre soi-même », *in* : *L'Information responsable. Un défi démocratique* », Ed. Charles Léopold Mayer, 2006., ch. III 2

[5] Voir notamment : A. Hertoghe, *La Guerre à outrance. Comment la presse nous a désinformés sur l'Irak*, Paris, Calmann-Lévy, 2003, ; O. Lamloum (dir.), *Irak, les médias en guerre*, Arles, Actes sud, « Sinbad », 2003.

[6] Sur ces questions, il faut se reporter aux réflexions de G. Marion, *Profession « fouille-merde »*, Paris, Le Seuil, 2008, ainsi qu'aux trois ouvrages de Jean Lacouture, qui se complètent : *Un sang d'encre, conversation avec Claude Glayman*, Paris, Stock, 1974, *Enquête sur l'auteur. Réponse tardive à André Malraux sur quelques questions relatives à la condition de journaliste*, Paris, Seuil, 1991, *Le monde est mon métier. Le journaliste, les pouvoirs et la véracité*, dialogue avec Bernard Guetta, Paris, Grasset, 2007.

[7] Cf : J-M. Charon, *Les Journalistes et leur public. Le grand malentendu*, Paris, Vuibert, « Comprendre les médias », 2007.

[8] Voir notamment les développements de A. Hertoghe, sur le « *syndrome de l'oracle* », *op. cit.*, ou de B. Poulet, sur le « *journalisme de pari* », *Le Pouvoir du Monde ou Les illusions perdues*, Paris, La Découverte, « Poche-Essais », 2^e^ éd, 2005.

[9] Ce texte est notamment disponible sur le site www.journalistes-cfdt.fr .

[10] Voir www.ethicnet.uta.fi et www.rjionline.org/mas .

[11] Voir : ethicaljournalisminitiative.org/en ; A. White, *To Tell You the Truth*, Bruxelles, ifj.

[12] À lire sur le site des Assises internationales du journalisme : www.journalisme.com, qui présente encore d'autres textes.

[13] B. Verfaillie, *Société de rédacteurs, société de journalistes. Les réactions ont-elles une âme ?*, coéd. Alliance internationale de journalistes (aij), Fondation Charles Léopold Mayer (fph), École supérieure de journalisme de Lille (esj Lille), « Journalisme responsable », 2008. Pour une information sur les sdr étrangères, voir l'étude du Sénat : « Les sociétés de journalistes dans la presse écrite », *Étude de législation comparée*, n^o^ 205, février 2010, www.senat.fr

[14] Y. Agnès, *Les Cahiers du journalisme*, 18, printemps 2008, www.cahiersdujournalisme.net ; F. Béal, *Médiateurs de presse ou* press ombudsmen. *La presse en quête de crédibilité a-t-elle trouvé son Zorro ?*, coéd. aij, fph, et esj, Lille, « Journalisme responsable », 2008. (Daniel Cornu signe dans cet ouvrage une analyse sur la médiation de presse en Suisse), disponible sur le site www.esj-lille.fr

[15] Voir http://newsombudsmen.org/, www.mediateurs-de-presse.fr et mediateursdepresse.wordpress.com

[16] Voir M. Haraszti (dir.), *Le Guide pratique de l'autorégulation des médias. Les questions et les réponses*, Vienne, osce, 2008. www.osce.org/publications/

[17] *Op. cit.*

[18] D. Cornu, *Journalisme et vérité : l'éthique de l'information au défi du changement médiatique*, Paris, Labor et Fides, « Le champ éthique », 2009.

[19] Organismes de recherche, respectivement : www.rjionline.org, www.cjr.org/index.php, www.journalism.org, journalism.indiana.edu/resources/ethics, www.cahiersdujournalisme.net, www.uta.fi/jour/english, www.surlejournalisme.com, ifp.u-paris2.fr .

[20] Organismes professionnels, respectivement : www.spj.org ; www.snj.fr ; www.journalistes-cfdt.fr, www.snj.cgt.fr, www.journalistescftc.org, www.journalistesfo.fr, journalistes-

cgc.blogspot.com .
[21] Organismes indépendants, respectivement : www.journalisme.com, www.acrimed.org, www.capresse.org, www.documental.com, www.observatoiredesmedias.com, www.arretsurimages.net, www.clemi.org .
[22] www.aipce.net .
[23] Cité par G. Labarthe, *Régulation, médiation, veille éthique. Les conseils de presse, une solution*, coéd. aij, fph et esj Lille, « Journalisme responsable », 2008. ; Voir : www.esj-lille.fr
[24] www.conseildepresse.qc.ca .
[25] www.presserat.info
[26] D. Cornu, *Éthique de l'information*, Paris, puf, « Que sais-je ? », 1997, ; H. Pigeat et J. Huteau, *Déontologie des médias. Institutions, pratiques et nouvelles approches dans le monde*, Paris, Économica et l'unesco, 2000.
[27] www.apcp.unblog.fr
[28] Fideo : 13, rue Lafayette, 75009 Paris ; A. Metternich, président ; R. Monteux, secrétaire général.

Chapitre IV

Voix et voies du droit

Le droit de l'information-média est historiquement ancré dans la liberté d'expression qui s'est imposée au xviii^{e} siècle. Depuis, il se construit entre deux tensions :

- entre volonté de confirmer cette liberté et volonté de l'encadrer (pour maintenir un contrôle politique, ou pour empêcher les abus et les corriger) ;
- entre liberté d'expression (possibilité de dire) et droit à l'information (possibilité de savoir).

Ces deux derniers termes, bien qu'indissociables ne sont pas équivalents. Le droit à l'information n'a pas (encore ?) fait l'objet d'une réelle reconnaissance dans les textes fondateurs français et européens. Il émerge, en revanche dans la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme. En même temps s'esquisse une nuance : si le droit à l'information du citoyen justifie un droit à l'information du journaliste, ce dernier n'est pas sans bornes et se mue en devoir d'informer.

I. De la liberté d'expression au droit à l'information

Pas moins de six textes, dont cinq sont internationaux, doivent être considérés comme des textes de référence à caractère générique. Cités ici dans l'ordre chronologique, ils scandent *sotto voce* la lente émergence, à partir de la liberté d'expression, d'un droit à l'information.

1. Déclaration des droits de l'homme et du citoyen

Adoptée par les représentants du peuple français réunis en Assemblée nationale, le 26 août 1789. Le texte a été repris dans le préambule de la Constitution du 27 octobre 1946 instituant la iv^{e} République et dans celui de la Constitution du 4 octobre 1958 instituant la v^{e} République.

« Article 10 : Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, mêmes religieuses, pourvu que leur manifestation ne trouble pas l'ordre public établi par la loi.

Article 11 : La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi ».

Le caractère générique de ces deux articles assure leur pérennité. La révision de la Constitution de 2008 a accentué leur modernité en précisant, dans son article 34, la vocation de la loi à cet égard : «

fixer les règles concernant (…) *la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias* ».

2. Déclaration universelle des droits de l'homme et du citoyen

« Assemblée générale de l'Organisation des Nations unies (onu), le 10 décembre 1948 […]

Article 19 : Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontière, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que cela soit. »

La portée de ce texte est à la fois supérieure et moindre que le précédent. Il se réfère à la même possibilité d'expression subjective sur laquelle ne doit peser aucune contrainte. En outre, le droit d'expression est redoublé d'un droit à l'information. Se pose donc cette question : les « informations » évoquées ici sont-elles celles que diffusent les médias, ou celles que recherchent en amont les journalistes (ou, le cas échéant, des citoyens motivés) ? Ce droit, s'il ne garantit pas explicitement l'accès à l'information avant qu'elle ne soit constituée comme information-média, affirme au moins celui de la « chercher » et de la « recevoir » lorsqu'elle est constituée comme telle. Le terme « recevoir » s'applique aux moyens de capter la radio et la télévision ; renforcé par celui de « répandre », il s'applique donc aux moyens actuels de communication en réseau. Cette déclaration de l'onu a le statut d'une résolution. Elle n'engage que moralement les États signataires, dont la France. Elle est toutefois reprise, dans son esprit et presque à la lettre, par le Pacte de New York (voir *infra*).

3. Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales

« Conseil de l'Europe, le 4 novembre 1950. […]

Article 8 : *Droit au respect de la vie privée et familiale*. – 1. Toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de sa correspondance. – 2. Il ne peut y avoir ingérence d'une autorité publique dans l'exercice de ce droit que pour autant que cette ingérence est prévue par la loi et qu'elle constitue une mesure qui, dans une société démocratique, est nécessaire à la sécurité nationale, à la sûreté publique, au bien-être économique du pays, à la défense de l'ordre et à la prévention des infractions pénales, à la protection de la santé ou de la morale, ou à la protection des droits et libertés d'autrui. […]

Article 10 : *Liberté d'expression.* – 1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les États de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations. – 2. L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire. »

La Convention européenne a été approuvée et ratifiée par la France. Elle s'impose donc, de droit, comme une source normative d'une autorité supérieure aux lois nationales concomitamment à la Constitution et au « bloc » que celle-ci forme avec ses préambules et lois organiques.

Elle interprète le droit de communiquer, non plus comme étant celui de la seule opinion, mais comme celui d'un contenu qui ne concerne pas seulement celui qui l'exprime. Les « informations » représentent une autre matière que celle provenant du sujet. Celui qui s'exprime a donc le droit de parler de son environnement. On peut y voir le fondement d'un authentique droit à l'information dans l'acception politique du terme. Deux points incitent à faire cette interprétation :

1. le droit d'exprimer des informations est, fort logiquement, assorti du droit d'en « recevoir » ; est décrite ici l'essence du geste de publication de l'information-média ;

2. l'information est désignée comme pouvant ne pas porter seulement sur des *« idées »* ; est donc désigné le champ des faits. Le droit fondamental de l'expression est associé ici à la démocratie dont l'information est reconnue comme une composante.

Il est important de considérer l'article 10 dans son ensemble et avec l'article 8. Comprise dans ce contexte, la liberté d'expression est définie comme un droit à la fois fondamental et relatif. La libre expression ou la libre information ne doivent pas ou ne devraient pas inquiéter la vie privée de tout un chacun ; d'autres impératifs, également inséparables de la démocratie, sont fondés à les restreindre ou à les réguler. Ainsi le conflit normatif, propre au respect de droits fondamentaux concurrents, est-il lisible en filigrane dans la Convention européenne en même temps qu'est implicitement affirmée la capacité de l'assumer, ce à quoi s'est en effet employée la Cour européenne des droits de l'homme (cedh) de Strasbourg, instituée par la même Convention, au travers d'une jurisprudence souvent contraire aux décisions judiciaires nationales, notamment françaises.

Ce point est crucial pour l'avenir des pratiques journalistiques. Si l'on peut estimer que le juge est le principal « *''déontologue''* » des médias selon le mot de Me Basile Ader, c'est désormais celui de Strasbourg qui donne le La.[1] Sa jurisprudence, généralement plus en faveur des médias que celle des pays membres du Conseil de l'Europe (voir p. 93) s'impose à ces derniers : « *Dans le cadre du contrôle de conventionalité, c'est-à-dire de conformité des lois à la Convention européenne des droits de l'homme, que le Conseil constitutionnel leur a abandonné, le Conseil d'Etat et la Cour de Cassation sont tenus de se conformer à la jurisprudence de Strasbourg* » reconnaissait, en février 2009, Olivier Dutheillet de Lamothe, alors membre du Conseil constitutionnel, recevant, dans ses murs, une délégation de la Cour européenne. Outre une vision plus extensive des prérogatives des médias, la Cour de Strasbourg développe surtout une conception de l'information juridiquement en pointe. Selon une jurisprudence répétée elle assigne aux médias la vocation de « *chien de garde* » de la démocratie. Une mission ambitieuse qui, en retour, leur impose un authentique devoir d'information : « *il incombe à la presse de communiquer des informations et des idées sur toutes les questions d'intérêt public* » soutient notamment, parmi de nombreux autres, un arrêt du 24 février 1997.[2] « *Le journaliste*, résume Me Alexis Guedj, *voit ainsi son statut construit par la jurisprudence de la cedh* ».[3]

4. Pacte international de New York

« Assemblée générale de l'onu, le 19 décembre 1966. […]

Article 17 : 1. Nul ne sera l'objet d'immixtions arbitraires ou illégales dans sa vie privée, sa famille, son domicile ou sa correspondance, ni d'atteintes illégales à son honneur et à sa réputation. – 2. Toute personne a droit à la protection de la loi contre de telles immixtions ou de telles atteintes. […]

Article 19 : 1. Nul ne peut être inquiété pour ses opinions. – 2. Toute personne a droit à la liberté d'expression ; ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen de son choix. – 3. L'exercice des libertés prévues au paragraphe 2 du présent article comporte des devoirs spéciaux et des responsabilités spéciales. Il peut en conséquence être soumis à certaines restrictions qui doivent toutefois être expressément fixées par la loi et qui sont nécessaires : a) Au respect des droits ou de la réputation d'autrui ; b) à la sauvegarde de la sécurité nationale, de l'ordre public, de la santé ou de la moralité publiques.

Article 20 : 1. Toute propagande en faveur de la guerre est interdite par la loi. – 2. Tout appel à la haine nationale, raciale ou religieuse qui constitue une incitation à la discrimination, à l'hostilité ou à la violence est interdit par la loi. »

Ce Pacte, auquel la France a adhéré, donne force de droit à plusieurs dispositions de la Charte fondatrice de l'onu et de la Déclaration universelle des droits de l'homme (voir *supra*). On y relève la même bipolarité entre droits fondamentaux – liberté d'expression/protection privée – que dans la Convention européenne. Les articles 8 et 10 de celle-ci et les articles 17 et 19 de celui-là, non seulement ne contiennent pas d'opposition, mais se confirment les uns les autres, le Pacte allant, à l'égard de l'information, jusqu'à évoquer le droit de les « rechercher ». Ce qui distingue surtout les deux textes, c'est la possibilité, dans le cas de la Convention, de faire valoir ces droits auprès d'une Cour de justice internationale.

5. Charte des droits fondamentaux

« Union européenne, 7 décembre 2000.

Préambule : La présente Charte réaffirme, dans le respect des compétences et des tâches de la Communauté et de l'Union, ainsi que du principe de subsidiarité, les droits qui résultent notamment des traditions constitutionnelles et des obligations internationales communes aux États membres, du traité sur l'Union européenne et des traités communautaires, de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, des chartes sociales adoptées par la Communauté et par le Conseil de l'Europe, ainsi que de la jurisprudence de la Cour de justice des Communautés européennes et de la Cour européenne des droits de l'homme. […]

Article 7 : *Respect de la vie privée et familiale*. Toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de ses communications.

Article 8 : *Protection des données à caractère personnel*. 1. Toute personne a droit à la protection des données à caractère personnel la concernant. – 2. Ces données doivent être traitées loyalement, à des fins déterminées et sur la base du consentement de la personne concernée ou en vertu d'un autre fondement légitime prévu par la loi. Toute personne a le droit d'accéder aux données collectées la concernant et d'en obtenir la rectification. – 3. Le respect de ces règles est soumis au contrôle d'une autorité indépendante.

Article 11 : *Liberté d'expression et d'information*. 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. – 2. La liberté des médias et leur pluralisme sont respectés. »

Complémentaire de l'arsenal des traités et du droit communautaire, la Charte de l'Union entérine la liberté d'informer en tant que modalité de la liberté d'expression. La Charte apporte aussi une réponse générique aux problèmes que pose la concurrence, dès lors qu'il s'agit d'appliquer le droit d'expression tout en le préservant : le pluralisme. Incarné dans un pluriel indéfini par la pluralité des médias, personnes morales, ceux-ci deviennent, du moins en partie, les dépositaires du droit d'expression et d'information. Et la liberté du choix d'un média endosse celle de la réception des informations ou des idées qui serait vaine dans le cas d'un monopole. Une nouvelle préoccupation fait ici son apparition à travers le terme de « données » : celle des traitements informatiques. La Charte englobe ainsi les acquis des institutions européennes du type de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (cnil) en France.

6. Traité sur l'Union européenne

« Version consolidée par le traité de Lisbonne, 13 décembre 2007. […]

Article 6 : 1. L'Union reconnaît les droits, les libertés et les principes énoncés dans la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne du 7 décembre 2000, telle qu'adaptée le 12 décembre 2007 à Strasbourg, laquelle a la même valeur juridique que les traités. Les dispositions de la Charte n'étendent en aucune manière les compétences de l'Union telles que définies dans les traités. […] – 2. L'Union adhère à la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'Homme et des libertés fondamentales. Cette adhésion ne modifie pas les compétences de l'Union telles qu'elles sont définies dans les traités. – 3. Les droits fondamentaux, tels qu'ils sont garantis par la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'Homme et des libertés fondamentales et tels qu'ils résultent des traditions constitutionnelles communes aux États membres, font partie du droit de l'Union en tant que principes généraux. »

« Article 169 : 1. Afin de promouvoir les intérêts des consommateurs et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs, l'Union contribue à la protection de la santé, de la sécurité et des intérêts économiques des consommateurs ainsi qu'à la promotion de leur droit à l'information, à l'éducation et à s'organiser afin de préserver leurs intérêts ».

Le Protocole n° 29 sur le système de radiodiffusion publique quant à lui, ajoute : « que la radiodiffusion de service public dans les États membres est directement liée aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias […] ».

Le traité de Lisbonne, en vigueur depuis le 1er décembre 2009, en même temps qu'il recycle, en les modifiant, les précédents traités communautaires dans un même ensemble apporte son sceau à la fois à la Convention et à la Charte, laquelle entérinait déjà la Convention. C'est, à l'égard de l'information et des médias, sa contribution principale. Le « droit à l'information » est évoqué *passim* dans le passage qui concerne les consommateurs ; cette mention est cependant susceptible de revêtir une portée assez étendue. Le « pluralisme dans les médias », déjà évoqué par la Charte, est consacré.

II. Liberté confirmée

La liberté constitutionnelle et conventionnelle d'expression a, en France, été confirmée par la loi à l'égard de chaque famille de médias.

1. Presse

Loi « sur la liberté de la presse » du 29 juillet 1881. Article 1er : « L'imprimerie et la librairie sont libres ».

2. Audiovisuel

Loi « Liberté de communication » du 30 septembre 1986 (modifiée, notamment les 21 juin et le 9 juillet 2004, ainsi que le 5 mars 2009).

Article 1er : « La communication au public par voie électronique est libre. L'exercice de cette liberté ne peut être limité que dans la mesure requise, d'une part, par le respect de la dignité de la personne humaine, de la liberté et de la propriété d'autrui, du caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion et d'autre part, par la protection de l'enfance et de l'adolescence, par la sauvegarde de l'ordre public, par les besoins de la défense nationale, par les exigences de service public, par les contraintes techniques inhérentes aux moyens de communication, ainsi que par la nécessité, pour les services audiovisuels, de développer la production audiovisuelle. Les services audiovisuels comprennent les services de communication audiovisuelle telle que définie à l'article 2 [radio, télévision et tout autre service diffusé par tout moyen "électromagnétique" non assimilable à une correspondance privée] ainsi que l'ensemble des services mettant à disposition du public ou d'une catégorie de public des œuvres audiovisuelles, cinématographiques ou sonores, quelles que soient les modalités techniques de cette mise à disposition. »

3. Médias électroniques

Loi du 21 juin 2004 « Pour la confiance dans l'économie numérique ».

Titre premier « De la liberté de communication en ligne ». Article 1er, IV : « Ainsi qu'il est dit à l'article 1er de la loi […] relative à la liberté de communication, la communication au public par voie électronique est libre. […] » ; à la suite sont énoncées les mêmes conditions que pour l'audiovisuel.

III. Droits affirmés

1. Droits à l'information spécifiques

Si les textes génériques n'évoquent pas expressément un droit à l'information, plusieurs dispositions particulières s'en inspirent explicitement. Par exemple, celles concernant les « *événements*

d'importance majeure », dont certaines manifestations sportives ; ceux-ci ne peuvent être retransmis par les médias audiovisuels d'une manière qui en priverait une partie du public (articles 20,2 de la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication et L 333 du *Code du sport*). De son côté, le *Code de l'environnement* énonce plusieurs droits à l'information : effets sur la santé des déchets, risques technologiques ou naturels, dissémination d'organismes génétiquement modifiés, qualité de l'air… (article L 125). [4]

2. Accès aux documents administratifs

« Le droit de toute personne à l'information est précisé et garanti par les dispositions des chapitres I^{er}, II et IV du présent titre en ce qui concerne la liberté d'accès aux documents administratifs. » C'est ce qu'énonce l'article 1er de la loi du 17 juillet 1978. Le même texte égrène une longue série d'exceptions portant surtout sur les documents de travail préparatoires aux décisions ; dérogations auxquelles sont venues s'ajouter celles de la jurisprudence. Une Commission d'accès aux documents administratifs (cada) est là pour aiguiller les intéressés et pour veiller à l'application de la loi. Dans les faits, cette dernière est de peu d'aide pour le journaliste. Presque plus intéressante pour celui-ci est la rédaction de son article 1er : le « droit de toute personne à l'information » évoque, de manière un peu surprenante, un droit qui serait déjà clairement entériné, dont ce texte se bornerait à préciser les modalités d'application dans le champ restreint des documents administratifs !

3. Protection des sources

La loi du 4 janvier 2010 « relative à la protection du secret des sources des journalistes » a refondu le dispositif en vigueur. D'une part, il entérine le droit des journalistes à ne pas révéler le nom de son ou de ses informateurs (comme le réclamaient depuis longtemps diverses instances du Conseil de l'Europe)… tout en précisant les modalités d'investigation judiciaire à leur encontre.

L'article premier (qui devient l'article 2 de la loi du 29 juillet 1881) donne le ton : « Le secret des sources des journalistes est protégé dans l'exercice de leur mission d'information du public. […] Il ne peut être porté atteinte directement ou indirectement au secret des sources que si un impératif prépondérant d'intérêt public le justifie et si les mesures envisagées sont strictement nécessaires et proportionnées au but légitime poursuivi. Cette atteinte ne peut en aucun cas consister en une obligation pour le journaliste de révéler ses sources. Est considéré comme une atteinte indirecte au secret des sources […] le fait de chercher à découvrir les sources d'un journaliste au moyen d'investigations portant sur toute personne qui, en raison de ses relations habituelles avec un journaliste, peut détenir des renseignements permettant d'identifier ces sources. […]. » Le deuxième article de ce nouveau texte apporte notamment cette précision (qui se greffe au Code de procédure pénale) : « Les perquisitions dans les locaux d'une entreprise de presse, d'une entreprise de communication audiovisuelle, d'une entreprise de communication au public en ligne, d'une agence de presse, dans les véhicules professionnels de ces entreprises ou agences ou au domicile d'un journaliste lorsque les investigations sont liées à son activité professionnelle ne peuvent être effectuées que par un magistrat. […] Le magistrat qui effectue la perquisition veille à ce que les investigations conduites respectent le libre exercice de la profession de journaliste, ne portent pas atteinte au secret des sources en violation de l'article 2 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse et ne constituent pas un obstacle ou n'entraînent pas un retard injustifié à la diffusion de l'information. » [5]

IV. Les égards dus

Les juristes se plaisent à le souligner : le droit des médias n'est pas une branche du droit mais emprunte à un grand nombre de ses ramifications, tant dans l'ordre public (constitutionnel et administratif) que privé (civil et pénal), à l'échelle nationale et à l'échelle internationale, principalement européenne toutefois. Nous nous bornerons ici à en évoquer quelques jalons. [6]

1. Présomption d'innocence

« Chacun a droit au respect de la présomption d'innocence », rappelle le Code civil (article 9-1) enfonçant le clou de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen (article 9). Le même alinéa précise, à l'attention des médias, que le juge peut imposer « l'insertion d'une rectification ou la diffusion d'un communiqué » en cas d'atteinte à ce principe. Attention, celui-ci reste valable après condamnation si l'intéressé fait appel ou se pourvoit en cassation.

2. Diffamation et injure

Voilà un territoire juridique à la fois dense et subtil, enrichi d'une copieuse jurisprudence. Résumons très schématiquement : selon la loi, la publication ou la reproduction d'une « allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération » est une diffamation ; « toute expression outrageante, terme de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait » est une injure. La distinction, qui dépend donc de la mise en jeu d'un fait (pas toujours aisée à établir), est importante. Elle renvoie à deux régimes de défense différents pour le responsable de la publication et le journaliste prévenus. Dans le premier cas, ceux-ci peuvent :

- apporter la preuve de la vérité des faits, sauf s'ils touchent à la vie privée ou s'ils remontent à plus de dix ans, ou s'ils relèvent d'infractions prescrites, amnistiées ou ayant donné lieu à une condamnation effacée ;

- arguer de leur bonne foi, c'est-à-dire avoir poursuivi un but légitime, effectué un travail sérieux et relaté les faits avec mesure, prudence et souci d'équilibre.

Dans le cas de l'injure, la seule excuse est d'avoir répondu à une provocation (à condition qu'elle concerne celui qui est poursuivi pour injure et qu'elle soit proportionnée).

3. Vie privée et « droit à l'image »

Le droit au respect de sa vie privée est garanti tant par le droit interne (article 9 du Code civil notamment) que par plusieurs sources juridiques externes (voir *supra*). Sa confrontation avec la liberté d'expression est frontale et s'accentue au gré d'une jurisprudence, surtout européenne, qui tend à affirmer un droit à l'information. En principe, la vie sentimentale et familiale, le corps, le domicile, la santé, etc., sont à l'abri de la curiosité des médias… « L'image et la voix d'une personne sont également considérées comme constitutives de la vie privée et sont, à ce titre, protégées contre toute utilisation non autorisée », ajoute Emmanuel Derieux, dans son *Dictionnaire*. Le curieusement nommé « droit à l'image » – en fait, droit de disposer de son image – concerne aussi d'autres champs que

celui de la vie proprement privée ; il s'applique notamment aux victimes d'infraction ou d'agression et aux suspects menottés.

La traduction dans les faits de ces principes généraux est extrêmement délicate et donne lieu à de multiples interprétations circonstancielles. « Le droit à l'image ne se confond pas avec le droit au respect de la vie privée et peut subir des atteintes lors de circonstances se rattachant à la vie publique de la personne », observe entre autres le *Code de la communication*, qui fournit ces exemples parmi de nombreux autres : « Ne porte pas atteinte à la vie privée, mais relève de l'atteinte au droit à l'image, la publication de la photographie d'une personne se trouvant sur le char d'une *gay pride* » ; en revanche, « ne porte pas atteinte au droit à l'image la photographie, prise au cours d'une manifestation publique contre le pacs […] ». Lorsque le contentieux accède à son échelle, la Cour européenne des droits de l'homme, « semble largement faire prévaloir la liberté d'expression sur les autres droits », relève Emmanuel Derieux. « Elle considère en effet […] qu'"elle ne se trouve pas devant un choix entre deux principes antinomiques, mais devant un principe – la liberté d'expression –, assorti d'exceptions qui appellent une interprétation étroite". » [7]

4. Droit de réponse

Le dépositaire de « l'autorité publique » dispose, en principe, d'un « droit de rectification » dans les journaux et dans les périodiques « au sujet des actes de sa fonction qui auront été inégalement rapportés », et « en-tête du plus prochain numéro » ! Si cette disposition de l'article 12 de la loi du 29 juillet 1881 est tombée en désuétude, il n'en est pas de même du droit de réponse que détaille longuement son article 13. Le principe d'un tel droit a fait florès puisqu'il a été entériné par les textes européens sur l'audiovisuel (article 8 de la Convention européenne sur la télévision sans frontières du Conseil de l'Europe ; article 23 de la directive Service de médias audiovisuels de l'Union). Diane de Bellescize et Laurence Franceschini résument ainsi les dispositions en vigueur dans le droit hexagonal : « Le droit de réponse permet […] à toute personne nommément désignée (presse et Internet) ou mise en cause (audiovisuel), d'exprimer son point de vue gratuitement dans les pages d'un journal, à l'antenne d'une radio ou d'une télévision ou sur Internet ». Sous différentes conditions de forme (et de délais) ; pour l'essentiel, la réponse doit être comprise entre cinquante et deux cents lignes, ou sa lecture ne peut excéder deux minutes.

Notes

[1] Me B. Ader aux Etats-généraux de la presse, novembre 2008, <www.etatsgenerauxdelapresseecrite.fr > ; cf aussi : A. Montebourg, « Le juge judiciaire, juge de la déontologie des journalistes », *Légipresse*, n° 101, mai 1993, cité par A. Civard-Racinais, *La Déontologie des journalistes. Principes et pratiques*, Paris, Ellipses, « Infocom », 2003.

[2] Arrêt de Haes et Gijsels, cité par E. Derieux, A. Granchet, *Droit des médias*, 5e éd., Paris, lgdj, 2008, p 59, ; voir aussi p 945-960.

[3] Entre autres considérations, dans sa contribution de référence « Liberté et responsabilités en droit européen et international », *in* : B. Beignier, E. Dreyer et B. de Lamy (dir.), *Traité de droit de la presse et des médias*, 11e éd., Paris, Litec, 2009.

[4] Cf notamment : E. Derieux et A. Granchet, *op. cit*. p. 32-36 et 57-58.

[5] Lire l'article d' A. Guedj, « Sentiments mitigés autour de la loi du 4 janvier 2010 », *Legipresse*, n° 269, févr. 2010, II, 19.

[6] Sur ces questions, indiquons ces ouvrages références, dans un ordre croissant de l'initiation à l'approfondissement : Ph. Bilger, *Le Droit de la presse*, Paris, puf, « Que sais-je ? », 2003, ; E. Derieux, *Droit des médias*, Paris, Dalloz, « Connaissance du droit », 3e éd., 2005, et *Dictionnaire de droit des médias*, « Guide Légipresse », Paris, Victoires, 2004, ; D. de Bellescize et L. Franceschini, *Droit de la communication*, Paris, puf, « Thémis droit », 2005, ; J. Huet et H. Maisl (dir), *Code de la communication commenté*, Paris, Dalloz, 2009, ; B. Beignier, E. Dreyer et B. de Lamy (dir.), *op. cit.* Sur le complexe droit des infractions, on se reportera à E. Dreyer, *Responsabilités civile et pénale des médias. Presse, télévision, internet*, Paris, LexisNexis Litec, 2008, et « Les infractions de presse, janv.-déc. 2009 », *Légipresse*, n° 269, févr. 2010, II, 29.

[7] Sur la jurisprudence à l'égard de la frontière vie privée/vie publique des personnalités publiques, voir : J-F. Flauss, « Actualité de la Convention européenne des droits de l'homme (mars-août 2009) », *ajda*, 26 oct. 2009, 1936-1945.

Chapitre V

Pour une philosophie du journalisme

La déontologie des chartes ou des codes, éventuellement précisée par les conseils de presse, ne nous dit, pas plus que le droit, ce qui, dans le monde de la vie, est important ni comment il est pertinent de l'évoquer. Quelles sont « *toutes* [ces] *nouvelles qui méritent d'être imprimées* » comme le clame fièrement le *New York Times*, « *ces informations claires, vraies et dans toute la mesure du possible, rapides, complètes* » dont Hubert Beuve-Méry estimait qu'il revient aux journalistes de les fournir avec l'« *honnêteté intellectuelle et morale qui fonde la dignité de l'informateur* ». [1] ?

I. Une relation intersubjective

La publication est le lieu d'inscription de l'information - entendue ici comme cette information que constituent et diffusent les médias (et que nous devons nommer information-média par opposition à l'information-première dont se nourrissent ceux qui la produisent). Elle est aussi le lieu d'inscription d'analyses ou de prises de position émanant d'experts ou de personnalités dont l'intervention dans les médias relève également du geste éditorial. La publication confère à l'information-média et aux opinions exprimées la teneur ontologique d'un échange et désigne en conséquence le régime d'intelligibilité à partir duquel nous devons la comprendre. La discipline d'étude radicale de l'information-média est donc la phénoménologie de l'échange intersubjectif. Discipline radicale, signifie en l'occurrence qu'il faut commencer par elle mais qu'elle ne prétend pas tout dire. C'est néanmoins d'après le marché conclu implicitement entre éditeurs et journalistes d'une part et les destinataires de leur production éditoriale d'autre part que nous inférerons les fondements de l'éthique s'imposant aux premiers en nous tenant principalement à la constitution de l'information-média.

L'information sourd et circule depuis toujours dans les échanges humains. Elle n'a acquis son caractère d'information-première qu'avec l'avènement de journaux élaborant une autre information et revêtant d'emblée un autre statut, dans la mesure où ce type d'information n'a plus son siège dans l'échange direct. Une analyse historique rigoureuse exigerait que soit étudié, à cet égard, le rôle qu'ont joué les nombreux vecteurs d'information indirects ayant précédé l'irruption des médias à la fin du xviii^{e} siècle : hérauts, tambours de ville, placards, correspondance privée lue en public, libelles, etc. Quoi qu'il en soit, ce qui donne à l'information-média sa spécificité, c'est le fait d'être véhiculé indirectement entre constituteurs et destinataires, *via* publication, à l'aide d'un support matériel de diffusion. L'interprétation et l'analyse de ce double trait – diffusion et indirect – participent d'abord d'une approche phénoménologique. Pourquoi elle ? En un mot, parce que ce mode d'exercice de la philosophie, qui traite du donner et du recevoir, se situe au plus près de l'échange.

1. L'orateur public

Que se passe-t-il lorsqu'un journaliste rédige et qu'il est lu ou lorsqu'il énonce et qu'il est écouté ?

Comment rendre compte de la relation établie ? Pour le comprendre, nous postulons que l'échange médié est l'avatar de l'échange non médié. La lettre, la conversation téléphonique, le message électronique, par exemple, sont les avatars médiés de l'échange de vive voix entre deux sujets, bilatéral et non médié. La presse et les médias audiovisuels ont-ils un pendant non médié, c'est-à-dire celui d'un échange qui mettrait en scène un sujet s'adressant à de nombreux autres sujets, dans un contexte où aucun retour n'est réellement possible ? Cette situation existe, c'est celle de l'orateur public. Semblable échange d'un seul vers plusieurs peut être qualifié de *relation unipolylatérale*. L'échange bilatéral et l'échange unipolylatéral décrivent bien sûr des situations extrêmes. Les plus courantes mettent en scène des échanges intermédiaires de types multilatéraux, soit plusieurs sujets parlant et s'écoutant tour à tour.

Jusqu'à une période récente, il n'existait pas d'avatar médié de ces situations d'échanges directs dans la vie quotidienne. Ce que les technologies d'échanges numériques à grande échelle apportent depuis les années 1990, c'est cela précisément : la possibilité de l'échange multilatéral indirect. Comme dans le monde quotidien, elles offrent une large palette de modalités d'échange – de la conversation de vive voix entre toi et moi à la prise de parole d'un individu s'adressant à un large auditoire en passant par des réunions de tous types ; elles offrent l'occasion de ripper constamment de l'une à l'autre. Ajoutons enfin qu'elles s'appliquent également à la situation inverse de l'orateur public, c'est-à-dire le renversement du modèle unipolylatéral en son contraire polyunilatéral, autrement dit, tous s'adressant à un seul, comme lors d'un procès régulier ou d'un lynchage.

Qu'implique le passage de l'échange direct à l'échange indirect, du non-médié au médié ? Observons d'abord ce point très simple : la valeur du contenu de tout échange d'information est liée aux vécus propres des interlocuteurs qui constituent cette information. Cela ne signifie pas que le sens soit le même pour chacun ; cela signifie qu'ensemble, ils sont en mesure de témoigner du sens constitué dans l'échange. Ce sont eux, interlocuteurs de cette intersubjectivité, qui sont comptables du sens. Lors d'une conversation à deux, par exemple, je ne sais certes pas précisément comment tu constitues ce que j'exprime, mais je sais, au moins, que le sens m'appartient autant qu'à toi et que nous pouvons en rendre en compte. Et tous deux, nous pouvons témoigner de ce qui donne à l'échange sa teneur informative. Lorsque ce vis-à-vis est médié – dans le cas d'une conversation téléphonique ou d'un échange de courriels, par exemple –, la relation est désincarnée mais toi et moi restons comptables du sens.

Dans la situation qui met en scène l'orateur public, la constitution du sens appartient certes à l'orateur et à chaque sujet formant l'auditoire, mais la possibilité de témoigner du sens informatif constitué me revient à moi seul dans l'auditoire. *Stricto sensu*, face à l'orateur public, la possibilité de rendre compte du sens constitué est individuelle. Je puis toujours tenter de confronter mon information avec d'autres dans la même situation ; c'est d'autant plus aisé à faire *a posteriori*, après le *meeting* ou après le cours du professeur, etc. C'est précisément ce que nous faisons ou essayons de faire, pour rompre la solitude de celui qui n'est pas sûr d'avoir bien compris ; mais dans cet échange *a posteriori*, nous retrouvons la situation de l'intersubjectivité bilatérale ou multilatérale. Pris radicalement, le modèle de l'orateur public est celui d'un sujet constituant le sens dans la solitude quoiqu'au milieu de nombreux autres.

Dans l'acte de publication, un sens est donné par ceux qui publient, et un autre par les destinataires. Les interlocuteurs sont toujours présents, mais l'*inter* de l'interlocution s'estompe. La relation est là, mais personne ne sait au juste laquelle. L'ignorance de la relation s'ajoute à l'ignorance de principe

du sens constitué par autrui dans son intimité, et à la difficulté d'obtenir un témoignage sur la valeur de ce sens. Cette inéluctable perte du sens, dilué à proportion du nombre des destinataires, est le principal facteur qui explique l'indétermination consubstantielle aux médias de masse.

Ce qui est en jeu dans l'échange intersubjectif entre médias et public – échange qualitativement pauvre, installé à grande échelle – est donc à comprendre comme une variante de l'intersubjectivité. Ce dernier motif est l'un des thèmes principaux auxquels la philosophie s'est attelée depuis près d'un siècle – thème omniprésent, mais qui ne s'est pas, pour autant, imposé comme l'un des grands sujets de la philosophie. La raison est vraisemblablement double : aucune des théories philosophiques de l'humain au pluriel ne peut être tenue pour satisfaisante et n'a été reconnue comme telle ; les sciences humaines et les sciences politiques se sont approprié ce thème et l'ont traité selon leurs préoccupations. Ce faisant, ces dernières n'ont pas répondu, ni en droit ni en fait, à la question qui nous préoccupe : qu'est-ce qui est en jeu avec l'information-média dans la communauté des humains ?

2. L'étoffe commune

Nous l'avons évoqué brièvement dans le chapitre I, le travail de Géraldine Muhlmann, à cet égard, constitue une avancée, sans toutefois livrer, à nos yeux, de réponse complète. L'auteur explique pourquoi journalisme et démocratie sont indissociables : le journalisme instaure la scène sur laquelle sont représentés les conflits inhérents à la communauté politique et qui, ce faisant, révèle celle-ci à elle-même en tant que communauté, c'est-à-dire unité. Artisan du « "voir" collectif », le journalisme réalise le « mariage impossible » de « l'unité et du conflit ». Cette thèse, Géraldine Muhlmann l'illustre brillament en s'appuyant sur une analyse à la fois historique et de philosophie politique.

Comment le journaliste est-il en mesure de « faire vivre du conflit dans la communauté » ? À travers deux « gestes » : celui accompli par le journaliste « rassembleur » ou celui accompli par le journaliste « décentreur ». L'un exhibe le conflit pour exalter les valeurs communes, l'autre pour briser une communauté de consentement établie (et pour la recréer *in fine* ailleurs, différemment). Chacun de ces deux gestes cependant abonde, à leur façon, dans le sens de ce que Géraldine Muhlmann nomme le « rassemblement conflictuel », auquel il est possible de reconduire toute démocratie. Il reste que ces deux démarches journalistiques se déploient au sein d'un espace commun – voire au sein d'un « nous » – dont l'auteur rappelle souvent, et à juste titre, qu'il est présupposé. Quelle est au juste cette étoffe commune, au tissage de laquelle participent les journalistes (et nous l'avons vu, les éditeurs) ?

À notre sens, les concepts de rassemblement et de décentrage sont pertinents mais ils s'appliquent aux deux extrémités de la chaîne de l'information publique : en amont, ils peuvent rendre compte de l'impulsion éditoriale qui anime le journaliste ; en aval, ils peuvent décrire les effets provoqués au-delà de la publication. Ces concepts rendent compte de l'idéal professionnel de l'informateur public ou des rapports entre membres de ce public informé, mais ne concernent pas, au centre de la chaîne d'information, l'instauration de la scène de représentation évoquée par l'auteur où se donnent à voir les faits et événements de la communauté. Cette scène et sa construction, c'est ce qu'il nous faut chercher dans la relation intersubjective elle-même.

II. Le journaliste mandataire

Pour comprendre ce que signifie la solitude de celui qui demeure avec l'information diffusée par un média et reconstituée par lui seul, selon ses vécus individuels et les circonstances, il faut se reporter aux descriptions génériques de l'intersubjectivité par Edmund Husserl et Martin Heidegger. D'autres philosophes, principalement sur le terrain de la phénoménologie, pourraient être convoqués ; mais ceux-là, en raison de l'orientation antagoniste, et à un certain égard complémentaire, de leurs analyses nous donnent à comprendre ce qui est en jeu avec l'information-média.

1. Sujet pluriel

Husserl a fourni de nombreuses analyses différentes de l'intersubjectivité. La postérité a surtout retenu l'une d'elles en raison de l'extraordinaire proposition qu'elle avance et cela, en dépit de la complexité de son élaboration. En résumé, le fondateur de la phénoménologie contemporaine suggère, dans ses *Méditations cartésiennes*, que face à autrui, les vécus de conscience sont en mesure d'évoluer en une conscience commune. Ceux qu'il nomme *ego* se muent en « Nous transcendantal », c'est-à-dire en une sorte de sujet pluriel – une constitution supposant toutefois une succession d'occurrences où tous ceux qui sont présents visent chacun comme un *ego* propre tout en faisant l'expérience du même monde. Cette vision soulève de nombreuses questions dont plusieurs ont été discutées par Husserl lui-même, nourrissant un débat encore vif aujourd'hui. Elle a aussi alimenté d'autres recherches, moins connues, proposant des variantes permettant de lever les objections qui lui sont opposées. Retenons donc la thèse pour l'intérêt heuristique qu'elle présente sans la tenir nécessairement pour acquise.

Le schéma de l'orateur public (dont dérive l'intersubjectivité médiée, imposée par les médias de masse) correspondrait-il au « Nous transcendantal » ? La réponse est bien sûr non… sauf si, et seulement si, chacun est tour à tour l'orateur public, ce qui représente un très faible nombre de cas dans la vie courante. Lorsque cela se produit, l'échange unipolylatéral devient un échange multilatéral. Ces situations, chacun les connaît pour les avoir vécues ; il y a, par exemple, les réunions où l'un impose sa parole, il y a celles où la parole de chacun s'exprime tour à tour et est réellement prise en compte par chacun.

Il faut donc tenir le « Nous transcendantal » pour ce qu'il est, c'est-à-dire seulement l'une des formes possibles et rares d'évolution du schéma de l'orateur public. Ce n'est en tout cas pas, *a priori*, celui qui concerne les médias et l'information-média, dont la structure d'expression/constitution est celle de l'échange à sens unique.

Si le schéma de l'orateur public qui vaut pour les médias n'est pas celui du « Nous transcendantal », de quel schéma alors s'agit-il ? À quelle situation avons-nous affaire lorsque plusieurs individus sont par exemple à l'écoute d'un seul ? Quel point de vue d'ensemble est-il possible de dégager ? L'analytique existentiale d'Heidegger, telle qu'elle est développée dans *Être et temps*, nous en dirait-elle davantage à cet égard que l'analytique intentionnelle de la conscience proposée par Husserl ?

Heidegger, comme Husserl, essaie de comprendre le *Miteinandersein* – l'être les uns avec les autres. Mais si Husserl veut rendre compte du *Miteinander* de la vie à partir de *l'ego* qui constitue intentionnellement son environnement et autrui, Heidegger pose le *Miteinander* de l'être. Et qu'y trouve-t-il ? Des individualités certes, mais qui sont toujours déjà là parmi d'autres : le *Dasein* est toujours avec autrui, il est d'emblée un *Mitsein*. La grande différence avec Husserl, c'est que le pluriel ici n'est pas à construire. L'ontologie heideggerienne le présuppose au contraire. Reste, bien sûr, à en comprendre l'articulation précise. C'est l'une des tâches de ce qu'Heidegger nomme l'herméneutique.

Mais ce qui nous intéresse, en l'occurrence, est la forme de ce pluriel. Si Husserl ne parvient pas à justifier, et pour cause, que le « Nous transcendantal » est en scène dans la plupart des situations du vivre-avec, Heidegger n'éprouve pas cette difficulté : il n'y a pas de Nous au royaume du *Mitsein*, où seul règne le On. Le *Dasein* se trouve d'emblée « jeté » dans la pluralité, soit dans l'omniprésence des uns et des autres. Il est ainsi acculé à la « prise de distance » et à la recherche de la « voie moyenne » au point que, dans cette situation, il n'est pas lui-même. Le On déploie sa loi, celle d'une « dictature » qui impose à chacun un « nivellement ».

2. « Publicité »

Alors qu'Husserl s'efforce de rendre compte du pluriel selon une expérience personnelle, la condition existentiale évoquée par Heidegger, la rend non seulement inutile, mais décrit au contraire une expérience d'entrée de jeu intersubjective. La sphère du On est ainsi celle du public, ou de la « publicité » – le terme allemand est *Offentlichkeit* – selon une acception qui n'est donc pas celle du sens courant actuel. Livré à cette publicité, le *Dasein* quotidien se complaît, selon l'analyse d'Heidegger, dans le « bavardage », la « curiosité » et l'« équivoque ». Telle est sa condition originaire, mais non « authentique ». Heidegger invite donc le *Dasein* à un retour sur lui-même, une prise de conscience de sa vraie condition, c'est-à-dire à se détourner du On. Voilà, très schématiquement, le tableau brossé dans *Être et Temps*. Qu'on adhère ou non à cette version du pluriel et à cette vision négative du sort singulier en son sein, quel est son intérêt pour nous ?

Si les médias, en exprimant leur message, y compris les messages informatifs, répètent indirectement, sauf exception rare, ce qui se passe directement avec l'orateur public, alors il faut se demander si la teneur de l'intersubjectivité qu'ils instaurent, c'est-à-dire sans que l'*inter* soit celui d'une relation multilatérale authentique, ne se réduit pas à ce qui se passe dans la sphère anonyme du On. La publication fait-elle autre chose qu'abonder la publicité, comprise dans le sens heideggerien ?

Cette interprétation permet de comprendre l'information-média selon le point de vue le plus critique : les grands médias n'imposent-ils pas, du moins trop souvent, une prise de distance derrière une immersion simulée dans la réalité du vivre-avec, l'indifférence derrière un intérêt de circonstance qui prélude à l'oubli, et par-dessus tout, ne cherchent-ils pas la voie moyenne, en voulant complaire au plus grand nombre ? De même, cette vision n'explique-t-elle pas le comportement des journalistes : bavardage, curiosité et équivoque, c'est-à-dire complaisance pour ce que l'on feint de réprouver ?

Cette lecture rejoint les critiques formulées par Bourdieu et Bouveresse de médias soucieux de vendre, et pour vendre, de renouveler sans cesse l'attention par une recherche amnésique de la nouveauté, à la fois la plus marquante et la moins dérangeante possible. Elle ne coïncide pas, c'est son défaut, avec cette observation empirique, que nous postulons comme juste, selon laquelle il n'y aurait pas de démocratie possible sans une pluralité de médias réputés libres. Une vision de la démocratie comme possibilité d'un maximum de liberté et de droit répartis au mieux et où l'information-média exercerait un rôle ne coïncide pas – c'est le moins que l'on puisse dire – avec une information-média participant à l'aliénation du *Dasein-Mitsein* dans la « médiocrité » du On.

Cela signifie donc que l'interprétation de l'information-média selon les lois de la publicité heideggerienne est soit erronée, soit incomplète. Si elle est incomplète, cela voudrait-il dire que la publication ne serait pas forcément vouée à se perdre comme publicité dans le On, et qu'elle pourrait être sauvée par une authentique intersubjectivité plurielle digne du « Nous transcendantal » ?

Comment est-ce envisageable, alors que nous venons de montrer que les médias, au contraire, installent une expression à sens unique (unipolylatérale) incompatible avec un échange multilatéral du type Nous ? Est-il donc possible d'imaginer que se joue quelque chose comme un échange entre le journaliste et le média d'un côté, et le public anonyme de l'autre *via* l'information-média ? À cette question, nous répondrons oui, ou plutôt « oui, mais ». Cette condition, quelle est-elle ? C'est celle que nous pouvons appeler la reconnaissance du mandat implicite.

3. Mandat implicite

« Vivre-avec en humain libre et responsable » signifie parvenir à la maîtrise intellectuelle d'un certain nombre d'enjeux qui conditionnent cette vie-là d'humain. Pour des raisons de temps, d'énergie, de moyens matériels ou intellectuels, peu importe, chacun a le plus grand mal à accéder à cette maîtrise. Le journaliste peut donc se donner comme mission de mettre à disposition du public ce à quoi chacun ne peut accéder individuellement, pour l'aider dans sa tentative de maîtrise compréhensive – et cela, bien que personne ne l'y contraigne. Il se retrouve ainsi dans la position étrange d'un mandataire, nanti d'un mandat délivré par des mandateurs silencieux. Autrement dit, il se retrouve contraint d'accepter ce que nul ne lui demande expressément. Géraldine Muhlmann évoque aussi le journaliste comme un mandataire en définissant le mandat comme celui d'un témoin-ambassadeur du public. Cela revient au même ; la seule différence tient à la perspective expressément intersubjective selon laquelle nous entendons déterminer l'octroi et la reconnaissance silencieux de ce mandat.

Replacer l'information-média dans son contexte d'intersubjectivité collective, qui est sa vérité générique, permet d'entendre l'injonction muette du public mandateur à l'adresse des journalistes mandataires : « Tu as le devoir de nous informer parce que nous, citoyens souverains de la démocratie, t'en garantissons la liberté », alors que les mandataires, trop souvent, agissent implicitement selon cette position : « Je dispose du pouvoir de vous informer parce que je jouis de ma liberté ». La responsabilité déléguée par nécessité est méconnue, sinon niée : ton mandat n'est pas formulé et tu n'es pas en mesure de t'opposer à mon action, sinon en détournant ton attention de la publication ; j'ai la liberté et le pouvoir de publier, j'agis donc comme bon me semble, en flattant, le cas échéant, tes aspirations les plus paresseuses pour retenir ton attention.

Comment le journaliste et l'éditeur peuvent-ils accuser réception du mandat implicite ? En répondant à son exigence. Il échoit aux médias de rendre raison du mandat que délivre chaque jour la voix silencieuse de ceux qui veulent comprendre et garder la tête haute dans la Cité. Aider à comprendre ce qui est en jeu au sein de cette dernière est la condition de restauration d'une intersubjectivité qu'hypothèque la relation à sens unique de la publication.

III. Conscience collective

En entendant le public mandateur et en répondant à sa demande, journalistes et éditeurs rompent avec l'isolement de chacun dans la foule du On, et rétablissent la structure d'échange supposée par le Nous. Ce faisant, ils satisfont les conditions d'apparition d'une conscience collective, celle constituée par ceux qui visent de même façon le même objet. Tel est l'enjeu de la publication : l'établissement d'une conscience plurielle dans sa double acception, c'est-à-dire ouvrant à la fois à la représentation et à la morale. Tel est l'enjeu de la scène publique, ouverte par les artisans de la publication et de

l'information-média. Si, dans la Cité d'autrefois, à petite échelle, l'information n'avait pas besoin d'être médiée pour circuler et établir une conscience collective ; à l'échelle de l'État-nation moderne, voire au-delà, c'est à l'information-média que revient cette fonction.

Cette analyse fonctionnelle-factuelle des médias et de la publication dans la démocratie est historiquement cohérente : elle permet de comprendre comment les médias interagissent avec elle, qui les rend à la fois possibles et nécessaires. Elle permet surtout d'esquisser les principales lignes de force d'une éthique.

L'instauration d'une conscience collective ne suppose pas seulement une prise en compte réciproque entre sujets. Elle requiert aussi qu'ils visent des objets communs. La question est donc désormais celle-ci : quel est l'objet commun par excellence que chacun, dans le public, partage avec chacun ? Cet objet, c'est le fait public même, c'est-à-dire la condition de vie parmi d'autres. Autrement dit, cette condition première irréductible selon laquelle chacun tient sa vie d'autrui et vit avec autrui – même si l'on décide de vivre seul, ce qui est, au demeurant, encore une manière de se définir parmi autrui. La compréhension de la Cité que nous évoquions plus haut, cette revendication muette que nous avons attribuée à chacun de ses membres, il fallait donc comprendre qu'elle recèle une autre exigence encore plus fondamentale : s'assurer que la Cité – sans cesse menacée, sans cesse détruite ou reconstruite – est en mesure d'abriter et de favoriser ou non la vie en son sein. C'est à cette question que les médias doivent s'efforcer de répondre s'ils veulent honorer leur vocation.

La revendication de la liberté d'information est indissociable des conditions de son usage et de sa fonction sociale radicale : se propulser journaliste, *a fortiori* créer ou gérer un organe d'information, en revient à s'auto-instituer mandataire d'un mandat implicitement délivré par la collectivité en quête de sa conscience et soucieuse de sa survie dont la survie de chacun est à la fois le moyen et la fin.

Notes

[1] Cité par F. Simon, *op. cit.*

Chapitre VI

Praxis

I. Légitimité de la médiation

Si le monde quotidien est le matériau du journaliste, l'accomplissement de la vie dans la collectivité de la Cité constitue sa préoccupation ultime, tandis que la démocratie est le contexte qui détermine sa responsabilité en lui donnant à la fois les moyens et le devoir d'informer le public. Quand est-il fondé à intervenir ?

L'informateur doit se saisir de l'information-première pour la reformuler en information-média, et rendre celle-ci communément accessible par la publication et la diffusion, dans les cas où ce qui se passe ne se ressent pas, ne se voit pas, ne se sait pas, ne se comprend pas, ou n'est pas constitué comme objet remarquable.

Lorsque je suis concerné par ce qui se passe, c'est-à-dire en premier lieu par le sort des autres hommes, et que je ne peux pas le prendre en compte, alors seule la médiation de l'informateur public pourra me le permettre. Dès lors qu'en qualité de citoyen, j'ai la possibilité et le devoir de me prononcer sur la marche de la Cité, il y va d'une nécessité. Le journaliste est ainsi celui qui exerce cette médiation lorsque l'ampleur et la complexité de la Cité la rendent nécessaire, celui qui, dans la Cité démocratique, assure la fonction d'informateur public du citoyen cosouverain. *A contrario*, lorsque la médiation n'est pas nécessaire, ou lorsqu'elle l'est dans une mesure bien moindre, l'exercice public d'information ne doit pas intervenir, ou dans une moindre mesure.

II. L'effet de publication

Obtenir l'information, est la première action du journaliste ; elle sollicite d'emblée l'enjeu éthique en soulevant plusieurs questions. Avant de les passer en revue, il faut évoquer brièvement un point qui les détermine tous : l'effet de publication. Le journalisme serait vidé de son sens s'il ne débouchait sur une publication et si celle-ci était vouée à rester sans effet. C'est un truisme d'observer que l'impact de l'information dépend de l'audience du média qui la diffuse ; moins évident est le fait d'identifier dans quelle mesure l'« effet de publication » opère avant la diffusion – autrement dit, comment il est pris, ou non, en compte par le journaliste et son informateur. Ce dernier peut avoir un intérêt à contribuer au dévoilement d'une situation et le journaliste se doit d'essayer de comprendre lequel. Mais lui-même, que se dit-il du sens de son action d'informateur public ? Il y a, toujours sous-jacente, cette idée – qui oscille entre conviction et espoir – selon laquelle la connaissance publique d'une situation provoquera une prise en charge par les responsables concernés et débouchera, *in fine*, sur son amélioration. Cette idée repose elle-même sur ce présupposé : la connaissance publique d'un travers ou d'une situation délétère ne peut pas laisser indifférent. Il arrive que conviction et espoir se

muent en incrédulité, voire en cynisme. Il arrive aussi que l'effet de publication produise un effet pervers, une dégradation de la situation. Le beau long-métrage Ligne de front de Jean-Christophe Klotz (bac films, mars 2010) en donne un exemple. Il met en scène un journaliste-caméraman dont le reportage, diffusé dans un journal télévisé en France, relayé par satellite et vu par des rebelles hutus, met ces derniers sur la piste d'une cache de réfugiés tutsis. Avec le choix d'une « profondeur de champ », c'est-à-dire d'un ou de plusieurs plans d'observation (voir p. 16), la prise en compte de l'effet de publication est l'une des plus grandes difficultés du journalisme (voir aussi p. 49).

III. Obtenir l'information, les relations avec les sources

1. La situation ordinaire

Si le journaliste agit comme mandataire du public, ainsi que nous l'avons défini plus haut, il est légitime qu'il pose à qui de droit toute question jugée nécessaire et qu'il pousse partout et aussi loin que possible l'exploration, jusqu'à l'obtention de la réponse. Le journaliste débutant est souvent surpris par la facilité avec laquelle nombre d'interlocuteurs se confient rapidement. Cela ne signifie pas qu'ils disent forcément ce qui importe le plus. D'autres, refusent de répondre. Mais le fait est que le journaliste est vite confronté à l'abondance, et cela d'autant plus s'il a les moyens d'interroger ses informateurs de la façon la plus appropriée : en se rendant auprès d'eux après avoir préparé la rencontre et en donnant à celle-ci du temps. Qu'il obtienne aisément ou difficilement les informations importantes, leur divulgation risque parfois de mettre son interlocuteur en difficulté, voire en danger. Il est donc normal et nécessaire qu'il s'entende avec lui sur les moyens d'éviter une telle issue, et cela quels que soient l'informateur et l'enjeu (à une réserve près) : l'information que délivre le journaliste est un apport à la Cité ; la confidentialité observée sur certains points (identité de l'informateur, circonstances de la rencontre, etc.) en est la *condition de possibilité*.

Cette confidentialité s'applique bien entendu à l'égard de ce qui est publié, comme vis-à-vis de tiers, notamment les autorités judiciaires. C'est le sens du principe du secret des sources, sur lequel le Conseil de l'Europe et la Cour de Strasbourg se montrent, à juste titre, si insistant ; c'est le sens de la loi récemment adoptée en France (voir p. 89). Dans les faits, le journaliste est souvent conduit à élaborer un véritable accord, parfois assez détaillé, sur ce qui peut être divulgué, quand et comment – accord de parole et d'honneur. Le principe du secret et son application reposent sur une transaction. Une réserve, cependant : le journaliste ne peut passer un accord avec son informateur qui impliquerait de taire un éventuel crime projeté (nous nous plaçons bien sûr ici dans l'hypothèse où le journaliste est libre d'agir). Dans cette hypothèse, somme toute rarissime, il ne respecterait pas son mandat public.

2. L'immersion

Un journaliste peut toujours agir comme un *quidam* ou un touriste ordinaire. Mais, par immersion, on entend généralement que le journaliste, non seulement ne déclare pas sont état, mais se fait passer pour quelqu'un d'autre. La plupart des chartes professionnelles prohibent la démarche ou recommandent de ne l'emprunter qu'avec parcimonie – en fait, lorsqu'il est nécessaire d'obtenir une

information et que l'immersion en est le seul moyen. Elle apparaît cependant comme un genre journalistique en soi auquel ces sages recommandations ne rendent pas complètement justice. L'immersion présente au moins deux visages. L'un, en presse écrite, rattache la pratique à la tradition du journalisme littéraire, dont le « nouveau journalisme » américain est aussi une variante. L'Allemand Günter Wallraff en est sans doute la figure contemporaine la plus connue. L'exercice a aussi ses adeptes en France, ainsi que Florence Aubenas l'a récemment illustré avec brio [1].

L'autre versant de cette pratique est l'usage, devenu banal, de la caméra cachée à la télévision. Cette pratique s'avère si féconde et si efficace qu'on est droit de s'interroger sur le statut d'exception qui lui est jusqu'à présent reconnu, sur le plan des principes. Une question n'en reste pas moins ouverte : un journaliste peut-il piéger un acteur de la vie publique ou sociale, et si oui, dans quelle mesure ? Dans le doute, la réponse apportée par les journalistes qui filment à l'insu des intéressés consiste parfois à les « flouter » au montage pour les rendre méconnaissables. En admettant que la réponse soit « oui », sans doute ajouterait-on qu'il ne faut mettre en scène les personnes piégées, dans l'article ou l'émission, qu'à proportion de la gravité des faits.

3. L'infiltration

La méthode est la même que celle de l'immersion portée à un degré plus élevé, dans la mesure où il ne s'agit plus de décrire un milieu social après en avoir fait partie un moment, mais de pénétrer un milieu que l'on sait être criminel. Autrement dit, le journaliste sait qu'il sera conduit, ou qu'il risque d'être conduit, à dénoncer des personnes et des agissements avant la publication. C'est ce qui s'est passé, en 2010, à l'occasion d'une enquête sur la pédophilie diffusée par France 2. Nombre de journalistes ont alors reproché à leurs confrères de l'agence Capa, auteur du sujet, d'avoir violé le principe du secret (et donc de la protection) des sources. Le grief est infondé pour une raison logique. Avec les méthodes d'immersion et d'infiltration, en effet, le principe du secret dû aux sources ne peut s'appliquer comme dans le cas d'une enquête à visage découvert puisqu'il n'y a pas, par définition, de pacte avec l'informateur – « tu m'informes (pour que j'informe le public), et en échange je ne t'expose pas ». Pas de pacte, pas de trahison du pacte. La question rémanente est donc celle-ci : le principe du secret et de la protection des personnes doit-il s'appliquer hors de toute transaction donnant/donnant ? En corollaire, est-il possible, si j'apprends le projet d'un crime d'en empêcher la réalisation (puisqu'il ne saurait être question de le laisser s'accomplir) sans dénoncer l'auteur ?

4. La question de la relecture

Une règle d'or, justifiée, veut que quiconque, hors des confrères impliqués dans le processus de publication ou de production d'une émission, ne lise un article ou ne puisse intervenir dans la réalisation avant publication, diffusion ou mise en ligne. Il y a deux types d'exceptions : 1/ le journaliste lui-même souhaite vérifier auprès d'un spécialiste qu'il ne commet pas d'erreur (le cas se présente souvent en science) ; 2/ les propos rapportés. Dans la plupart des cas, les personnes interrogées ne peuvent pas être citées intégralement ; le journaliste ou le réalisateur ne choisissent souvent même qu'un bref extrait. Lors d'entretiens accordés dans la perspective d'une restitution sous forme de questions/réponses, l'expérience montre que seul un dixième environ des propos est transcrit. En presse écrite, il est acceptable qu'un interlocuteur demande de pouvoir relire les propos qui lui sont attribués (et qui sont le plus souvent reformulés), à condition qu'il n'édulcore pas l'interview. Un média, de toute façon, doit toujours se réserver la possibilité de ne pas publier une

interview (et prévoir, dans cette hypothèse, un « plan B »).

5. La prise de risque

Les journalistes qui travaillent sur des affaires criminelles ou qui couvrent des guerres mettent leur vie en péril. Sans doute méritent-ils, à ce titre, dans la Cité, une considération qui soit à cette hauteur et, si nécessaire, une protection publique ou une aide particulière. Ce principe générique étant posé, qu'est-ce que cela signifie en pratique, compte tenu aussi du fait qu'aucune réglementation ne s'applique en l'occurrence ? L'une des réponses apportée par la puissance publique, à l'occasion de conflits récents, est de prendre le journaliste en charge. C'est ce qui s'est notamment passé en 1991 en Irak, avec des journalistes *embedded* (« intégrés »), ce qui a déclenché malaise, polémique et réflexion [2]. Au-delà, une question demeure entière : en dehors de la procédure d'« intégration », dans quelle mesure un journaliste libre peut-il s'exposer au risque, notamment celui d'être pris en otage ? Sans doute la réponse échoit-elle à lui seul. Mais qu'en est-il si l'on estime que protection ou aide lui sont dues ? Ne doit-il pas, dès lors, partager la décision avec ceux qui sont censés le protéger ou l'aider ? Faut-il renoncer à couvrir certains conflits, ou à certaines façons de les couvrir ? Cette question reste très théorique car les situations sont très variables et le risque demeure le plus souvent impossible à évaluer. Elle se pose cependant et appelle une réflexion qui devra être éclairée sous le jour de plusieurs considérations, notamment :

- en s'exposant, le journaliste risque de provoquer une modification importante de son sujet d'observation (l'une des dimensions de la recomposition, voir p. 49) ;
- la menace d'une confiscation des décisions de couverture des conflits par les seuls militaires ;
- les leçons de l'histoire.

D'une manière générale, les zones de risque endémique ou de conflits non-conventionnels (Colombie, Honduras, nord-Mexique, Sahel, Somalie, Afghanistan, Pakistan…), où les journalistes sont de plus en plus pris pour cible, se multiplient et posent la question du type d'information qu'il sera possible d'apporter sur elles.

6. La reconstitution

Certaines photographies ou certains tournages sont réalisés sur le vif : le photographe ou le caméraman et le preneur de son sont déjà là quand les choses se passent, ou elles se passent alors qu'ils viennent d'arriver. Ces situations ne sont toutefois pas la norme. En premier lieu, il faut souvent parlementer avec les sujets : obtenir la permission de les saisir, se présenter, expliquer ce que l'on cherche, comment on travaille, le contexte de la publication à venir, etc. Il faut aussi bien souvent demander aux sujets de refaire un geste, de se déplacer, de prendre telle ou telle pose pour que les images puissent être techniquement réalisées et qu'elles prennent leur sens. Lorsque le reportage est plus élaboré, ou dans le cas d'un documentaire, la reconstitution et l'échange avec les personnages photographiés ou filmés peuvent aller jusqu'à une scénarisation. Cette logique peut conduire au renversement, qui consiste à ne plus essayer de reconstituer la réalité que l'on est censé décrier mais à la faire correspondre à celle que l'on imagine. Les dérives de la reconstitution se rapprochent ainsi d'un travers bien connu du métier, bête noire de tous les envoyés spéciaux : se voir imposer, par sa hiérarchie, un angle très précis pour satisfaire la vision qu'au siège, l'on se fait de la situation et de la

manière dont il convient de la traiter. Dans un cas comme dans l'autre, l'orgueil de la narration l'emporte sur l'humilité devant la réalité.

Limitée et honnête, la reconstitution, par l'image, est assimilable la constitution de l'information-média écrite. Cependant, si articles et films sont signés, et ainsi éditorialement assumés par leur auteur, il n'en va hélas pas de même avec les photos, objets de revente et de réutilisation à l'envi, sans maîtrise de l'auteur. La simple mention du nom du photographe, ou de l'agence (le « crédit photo »), s'avère insuffisant : pour hisser ce vecteur de l'information au rang qui est le sien, chaque photo, idéalement, devrait être publiée avec une légende signée de son auteur.

7. Le conflit d'intérêt

Le journaliste est dans l'obligation d'entretenir des relations d'un genre particulier avec les responsables de la vie publique, des entreprises et des organismes professionnels. Il doit s'agir de relations de confiance, étroites et durables : un journaliste doit pouvoir joindre un responsable rapidement, y compris en dehors de son temps de travail, ce dernier doit se sentir libre de pouvoir tout lui dire sans compromettre sa mission professionnelle ou sans se compromettre lui-même, et cela dans le temps, alors que s'égrènent articles ou émissions nécessairement critiques. Les interlocuteurs doivent s'entendre, voire négocier ce qui peut être rendu public, sans que jamais leurs intérêts ne soient confondus. Or, là est le risque. En résumé, il y a deux situations : 1/ aucun lien ne préexiste à la relation informateur/informé ; il se crée au fil des relations de travail ; 2/ des liens (camaraderie d'école ou de parti, amitié, parenté, appartenance à un milieu, etc.) préexistent. Le premier cas est peut-être le plus périlleux car les liens se nouent et agissent parfois à l'insu des intéressés. François Simon a bien décrit l'indispensable compromis à trouver entre proximité à installer et distance à garder [3]. Dans le second cas, le conflit d'intérêt a l'avantage d'être patent ; mais il est peut-être plus délicat de prendre la seule mesure qui s'impose : éviter tout rapport professionnel. Le parti de l'école anglo-saxonne d'éthique journalistique est sans doute le meilleur : même si je me sens en mesure de surmonter un éventuel conflit d'intérêt, le seul fait qu'il puisse avoir lieu introduit un doute légitime auprès du public (qui n'est pas censé connaître l'étendue de ma force morale ni s'enquérir d'elle) et ne doit donc pas se présenter.

8. La déférence ou l'arrogance

Ces comportements opposés ont en commun un grave défaut d'ajustement de la part du journaliste. Bruno Masure a brocardé la faiblesse de caractère de trop nombreux journalistes politiques français, impressionnés ou grisés par le côtoiement des puissants ; d'autres, à l'inverse, évoquent des confrères abordant de haut des responsables, n'hésitant pas à les intimider jusqu'à user de menace. Françoise Giroud a bien montré pourquoi le journaliste avait tout à gagner en ne se mettant pas en avant et en optant pour la retenue, la sobriété et un relatif laconisme [4].

9. L'engagement

Le journalisme, entendu comme l'exercice d'un mandat (implicitement) délivré par le public afin de contribuer au meilleur fonctionnement possible de la Cité et au bien-être de ceux qui la composent, est en soi un engagement. Le plus simple et sans doute le mieux est d'en rester là. On peut néanmoins se demander si cet engagement doit nécessairement rester exclusif de tout autre – politique, associatif,

caritatif, etc. –, régulier ou ponctuel, comme dans le cas d'une pétition. Sans doute n'y a-t-il de réponse qu'au cas par cas. Sans doute celle-ci est-elle d'autant plus facile à donner si l'on admet l'incompatibilité de principe entre journalisme et un autre engagement dans la Cité lorsque le domaine traité professionnellement est proche.

10. L'obligation

Un journaliste ne doit jamais être redevable à quiconque. Il peut accepter de sortir de sa mission première (pour animer un débat par exemple, donner son avis lors d'une consultation publique, etc.). Ces contributions doivent, dans tous les cas, rester bénévoles ; et cela, même si l'employeur occasionnel et le journaliste sont d'une probité à toute épreuve : s'il y a rémunération de l'un à l'autre, et s'il y a par la suite, un article ou une émission critique (ou laudative), le public ou des personnes du milieu concerné pourront soupçonner qu'un intérêt pécuniaire est en jeu. Une seule règle doit valoir : ni chèque, ni cadeau. Sans doute faut-il concevoir des exceptions : lorsque le journaliste est aussi enseignant, par exemple. Plus complexes sont les situations où un journaliste, dans une situation précaire, accepte par nécessité un travail rémunéré (article pour un journal d'entreprise, rédaction d'une brochure, audit, etc.) – la situation est très fréquente. Dans tous les cas, le journaliste doit absolument éviter d'avoir à traiter professionnellement des acteurs dont il partage ou aura partagé les intérêts.

11. Le délit d'initié

Par métier, les journalistes – surtout économiques, financiers et politiques, mais parfois aussi les journalistes technologiques – sont souvent mieux renseignés que d'autres. Ici encore, l'unique bonne règle à suivre est la plus simple : un journaliste ne donne pas d'ordres en Bourse ; il n'informe personne avant de publier les informations qu'il détient.

IV. Publier, ne pas publier ?

Tout ce qui s'accomplit et qui échappe aux membres de la Cité ne mérite pas d'être mis à la portée de sa connaissance, de sa compréhension ou de sa capacité d'empathie. À la sphère publique n'appartient que ce qui est public ; mais les contours de la sphère privée sont, par principe, variables, selon ce qui est en jeu. La vie privée, cela peut être la vie famille par exemple ; mais si une personne expose les siens à des conditions de vie attentatoires à la dignité, il ouvre lui-même une brèche dans sa sphère privée. De même, le dépositaire d'une responsabilité sociale ou publique doit-il rendre des comptes si des présomptions sérieuses et fondées sont avancées à l'encontre de sa capacité à tenir son rôle.

Dans la vie publique, comment déterminer ce qui concerne le public d'un média donné ? Quand le cours de cette vie accède-t-il au rang de ce qui mérite d'être connu ? Dans la plupart des cas, la question ne se pose pas ; il est évident de traiter tel fait ou tel événement en fonction du média dans lequel on travaille (voir chap. II). Tout au plus se demande-t-on comment il faut s'y prendre. Le problème éthique surgit le plus souvent à la marge. Dans ce cas, l'objet d'actualité – fait ou événement – doit être évalué selon le critère de son importance plus ou moins grande à l'égard de la vie.

Qu'est-ce qui peut dissuader une équipe de journalistes de parler d'un tel sujet ? Deux facteurs : la contre-productivité ou ce que l'on peut appeler la mé-productivité. La contre-productivité peut être l'effet prévisible de panique ou l'inutile fragilisation d'un dispositif de sécurité. Pour autant, faut-il taire un problème décelé ? Non, mais un surcroît de réflexion devrait toujours s'imposer dans les affaires délicates, *a fortiori* si des vies sont en jeu, pour déterminer la façon adéquate de poser un problème. Sans doute les cas où le silence s'impose sont-ils tout à fait exceptionnels. Le respect d'un secret-défense, par exemple, peut s'avérer justifié, sauf si le secret est abusif ou s'il dissimule une faille grave.

Dans certains cas, la publication peut avoir des effets qui sont hors de proportion avec ce qui est en jeu. C'est notamment la question des effets cumulés : il est fréquent qu'un fait donné prenne une nouvelle dimension après avoir été mentionné un grand nombre de fois par les médias, et cela parfois sans qu'il y ait exagération de leur part. Le simple effet de cumul d'un média à l'autre – et parfois d'une édition d'un même média à l'autre – donne au fait cité une substance différente. Par exemple, la malversation d'une personne connue dont on parle précisément parce qu'elle est connue. Cette dimension performative est souvent reprochée aux médias. À force de s'attarder, par exemple, sur les difficultés économiques d'une entreprise ou d'un pays, ne participe-t-on pas à leur détérioration, par un effet dissuasif exercé sur la clientèle, les fournisseurs et les prêteurs dans le premier cas, ou par la génération d'un mauvais climat dans le second ?

Faire état d'une menace ou d'une fragilité au risque d'exposer la sécurité d'une collectivité, livrer un nom dans le cas d'un délit ou d'un crime non-jugés au risque de compromettre exagérément une personne ou de la compromettre à tort, évoquer un problème au risque de l'aggraver, traiter avec des informateurs délinquants, mettre en avant un criminel, etc., sont autant de prises de responsabilités du journaliste qui doivent être mûrement soupesées, à l'aune de l'intérêt suprême que représente la vie du plus grand nombre. Dans l'analyse des enjeux, c'est jusqu'à ce point qu'il faut conduire le raisonnement et établir la balance coût/bénéfice. Dans quelle mesure la vie individuelle et la survie de la collectivité sont-elles concernées ? Est-ce que je les favorise ou est-ce que je les expose ? Il n'y a pas d'autre horizon offert aux responsables de la confection de l'information-média.

V. Pouvoirs, devoirs

Nous avons vu que, si les journalistes disposent d'un pouvoir d'informer, celui-ci n'est que l'envers du devoir d'informer, assigné par un public qui leur délivre implicitement un mandat (chapitre V, II). Ce devoir est générique. Il comporte notamment deux obligations qui proviennent de deux possibilités qui leur sont données : le droit et le devoir d'interpellation, ainsi que le droit et le devoir de complétude.

L'interpellation consiste, pour le journaliste, à demander des comptes aux différents acteurs pesant sur la chose publique ou à ceux qui détiennent une responsabilité sociale. S'agissant des premiers, le point de vue prête à contestation : la plupart des acteurs publics ne sont-ils pas eux-mêmes des mandataires censés, via le jeu des délégations de responsabilité, rendre des comptes à un moment ou un autre ? Certes, mais nous postulons que cela ne suffit pas. Le mandat des journalistes englobe précisément la critique des mécanismes de délégation et de responsabilité publique. Le principe s'énonce donc aussi simplement qu'il est astreignant dans les faits : le journaliste se doit d'interpeller les acteurs de la Cité pour cette seule raison qu'il est habilité à le faire, et cela d'autant plus légitimement qu'il saura

se préserver de toute suspicion de parti pris.

Le devoir de complétude est comparable au devoir d'interpellation qu'il prolonge. Il est ancré dans cette vérité qui ne laisse pas de surprendre lorsqu'on l'envisage frontalement : le journaliste est le seul intervenant de la vie publique qui ait la faculté d'aller trouver et interroger chaque partie prenante, qu'elle soit responsable ou non, et d'en livrer au public une synthèse. Même une commission d'enquête parlementaire n'a pas le même pouvoir, parce qu'en tant que législateur, elle n'est pas neutre ; surtout, elle n'a pas vocation, comme peut le faire un journaliste, à taire ses sources pour s'en tenir aux seules réalités qui importent. Cela, un journaliste peut et doit le faire, si l'enjeu le justifie ; et ce qu'il peut faire, il a le devoir de le faire, précisément parce qu'il est le seul à le pouvoir. Par exemple, en trente jours, il peut consacrer dix jours à se documenter et préparer son enquête, dix jours à rencontrer trois à quatre personnes quotidiennement, dont les meilleurs connaisseurs du sujet, et dix jours à rédiger ou à monter son travail, tout en complétant son information. Le résultat qu'il est alors en mesure de livrer, aussi perfectible qu'il soit, sera toutefois sans égal. Évidemment, cette pratique suppose du temps. C'est la voie de l'investissement et de l'effort, et ce n'est pas la plus empruntée.

VI. Présentation de l'information

Si l'information-média contribue, comme nous en défendons ici l'idée, à la conscience collective d'une Cité à grande échelle, alors il lui faut satisfaire à cette disposition radicale de toute conscience d'être radicalement conscience d'elle-même. À l'échelle collective, cela induit cette exigence : l'information-média doit le moins possible être délivrée comme jaillissant d'une boîte noire dont personne ne connaîtrait le mécanisme interne ; au contraire, elle doit le plus possible être livrée avec la mention des conditions de son élaboration. Autrement dit, les journalistes doivent dire comment ils travaillent : pourquoi ce sujet, d'où provient l'information, comment elle a été obtenue, quel est son degré de fiabilité, ce qui pourrait la contredire, etc. L'enjeu est en fait double : il y va non seulement de la véracité de l'information, mais aussi de la possibilité de donner ou non au public l'occasion d'apprécier sa portée. L'information peut être livrée sous des formes multiples, de la plus ouverte à la plus close. L'information ouverte est celle qui s'accompagne d'éléments permettant au lecteur/auditeur/téléspectateur/internaute, etc., de construire différents sens possibles, selon sa responsabilité intellectuelle propre ; l'information fermée est celle, repliée sur elle-même, qui se prête au minimum d'interprétations contradictoires. [5].

À travers cette dimension consistant à inclure son public dans l'intelligence du processus d'élaboration allant de l'information-première à l'information-média, nous retrouvons la problématique de l'intersubjectivité (chapitre V, I). L'information-média publiée risque de sombrer dans le bavardage équivoque de la publicité du On, si elle ne se reconnaît pas comme procédant d'un mandat implicite, donc d'une demande. En s'adressant au public comme si elle était à prendre ou à laisser, elle ne se donne pas comme une réponse susceptible d'être discutée mais comme celle qui ferme le dialogue indirect et virtuel amorcé. Inversement, l'information-média, assortie des précisions concernant son élaboration, renforce le dialogue *de facto* amorcé par la reconnaissance du mandat implicite et rapproche artisans et destinataires de cette information des conditions d'un Nous.

Lorsqu'on délivre une information riche et ouverte, deux autres phénomènes se produisent : d'une part, les jugements péremptoires deviennent plus difficiles à formuler ; d'autre part, les sources qui m'ont informé – moi, journaliste – me tiendront en plus grande estime, pour la simple raison que

j’aurai rapproché le lecteur de leur vérité, quelle qu’elle soit. Ultérieurement, j’aurai un accès plus aisé à une information de meilleure qualité. C’est un cercle vertueux.

L’information est prélevée dans la vie de la Cité, elle est ouvrée dans une « fabrique » qui la construit en représentation de cette vie et de cette Cité – représentation qui a pour fin non elle-même mais la perpétuation et l’amélioration de son objet, soit encore la vie et la Cité, selon le vœu même des sujets qui la composent. La seule exigence de cohérence dicte aux artisans de la fabrique ce qu’ils ont à faire.

Notes

[1] G. Wallraff, *Parmi les perdants du meilleur des mondes*, Paris, La Découverte, 2010, (contient huit reportages) ; F. Aubenas, *Le Quai de Ouistreham*, Paris, L’Olivier, 2010.
[2] Voir A. Hertoghe et O. Lamloum, *op. cit.*
[3] F. Simon, *op. cit.*
[4] B. Masure, *Journalistes à la niche ? De Pompidou à Sarkozy, chronique des liaisons dangereuses entre médias et politiques*, Paris, Hugo et compagnie, 2009, F. Giroud, *La Comédie du pouvoir*, Paris, Fayard, 1977, rééd. Livre de poche, 1979.
[5] Sur ce thème, voir les critères d’ « *information responsable* » et « *correctement élaborée* », proposés par J.-L. Martin-Lagardette, *op. cit.*, ch. IV 2.

Bibliographie

Livres généraux

- Bertho-Lavenir C., *La Démocratie et les médias au xx^e siècle*, Paris, Armand Colin, 2000.
- Charon J.-M. et Mercier A. (dir.)« Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ? », in *Hermès*, n° 35, 2003.
-

Ferenczi T., *Le Journalisme*, Paris, puf, coll. « Que sais-je ? », n° 3743, 2007.
- Muhlmann G., *Du journalisme en démocratie*, Paris, Payot et Rivages, 2006.
- Park R.E., *Le Journaliste et le sociologue*, Paris, Seuil, coll. « Médiathèque », 2008.
- Poulet B., *La Fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris, Gallimard, coll. « Le Débat », 2009.
- Rieffel R., *Que sont les médias ?*, Paris, Gallimard, « Folio actuel », 2005.
- Weber S., *Was steuert Journalismus? Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdsteuerung* , Konstanz, uvk Medien, 2000.
- Wolton D., *Penser la communication*, Paris, Flammarion, coll. « Champs », 2005.

Droit

- Beignier B., Dreyer E. et de Lamy B. (dir.), *Traité de droit de la presse et des médias*, Paris, litec, 11^e éd., 2009.
- Conseil d'État, *Inventaire méthodique et codification du droit de la communication*, Paris, La Documentation française, 2006.
- Derieux E. et Granchet A., *Droit des médias. Droit français, européen et international*, Paris, lgdj, coll. « Manuel », 5^e éd., 2008.
- Dreyer E., *Responsabilités civile et pénale des médias. Presse, télévision, Internet,*, Paris, litec, 2^e éd., 2008.
- Huet J. et Maisl H., *Code de la communication*, Paris, Dalloz, 4^e éd., 2009.

Questions éthiques

- Agnès Y., *Le Grand Bazar de l'info. Pour en finir avec le maljournalisme*, Paris, Michalon2005.
- Aubenas F., *La Méprise : l'affaire d'Outreau*, Paris, Le Seuil, 2005.
- Aubenas F. et Benasayag M., *La Fabrication de l'information ; les journalistes et l'idéologie de la communication*, Paris, La Découverte, 1999.
- Charon J.-M., *Les journalistes et leur public. Le grand malentendu*, Paris, Vuibert, « Comprendre les médias », 2007, ; *Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information. Rapport à Madame la ministre de la communication*, Paris, La Documentation française, 1999.
- Chatel L. et Merlant P., *Médias, la faillite d'un contre-pouvoir*, Paris, Fayard, 2009.
- Cohen P. et Lévy E., *Notre métier a mal tourné. Deux journalistes s'énervent*, Paris, Mille et Une Nuits, 2008.
- Coq G. et Conte C., « Le lynchage médiatique », *Panoramiques*, 1998.

- Cornu D., *Journalisme et vérité*, Paris, Labor et Fides, 2009.
- Duval J., *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*, Paris, Seuil, « Liber », 2004.
- Gonnet J., *Les Médias et l'indifférence : blessures d'information*, Paris, puf, 1999.
- Guetta B. et Lacouture J., *Le monde est mon métier. Le journaliste, les pouvoirs et la vérité*, Paris, Grasset, 2007.
- Heinderyckx F., *La Malinformation. Plaidoyer pour une refondation de l'information*, Paris, Labor, « Quartier libre », 2003.
- Joffrin L., *Média-paranoïa*, Paris, Presses de Sciences po, 2009.
- Lacouture J., *Un sang d'encre : conversation avec Claude Glayman,*, Paris, Stock, 1974, ; *Enquête sur l'auteur. Réponse tardive à André Malraux sur quelques questions relatives à la condition de journaliste*, Paris, Le Seuil, 1991.
- Lemieux C., *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié, 2000.
- Libois B., *Éthique de l'information : essai sur la déontologie journalistique*, Bruxelles, Éd. de l'Université de Bruxelles, 1994, ; *Les Médias entre droit et pouvoir : redéfinir la liberté de la presse*, Bruxelles, Université de Bruxelles, 1995.
- Marion G., *Profession « fouille-merde »*, Paris, Le Seuil, 2008.
- Martin-Lagardette J.-L., *L'Information responsable, un défi démocratique*, Paris, Charles-Léopold Mayer, 2006.
- Perraud A., *La Barbarie journalistique*, Paris, Flammarion, 2007.
- Poulet B., *Le Pouvoir du Monde ou les illusions perdues*, Paris, La Découverte, coll. « Poche-Essais », 2e éd., 2005.
- Ruffin F., *Les Petits soldats du journalisme*, Paris, Les Arènes, 2003.
- Simon F., *Journaliste. Dans les pas d'Hubert Beuve-Méry*, Paris, Arléa, 2005.
- Veyrat-Masson I., *Télévision et histoire, la confusion des genres. Docudramas, docufictions et fictions du réel*, Paris, De Bœck, 2008.
- Woodrow A., *Information, manipulation*, Paris, Le Félin, 1991.