

Vers un observatoire déontologique des pratiques journalistiques

La France possède l'une des législations les plus développées en matière d'information. Contrairement à la tradition américaine, elle a eu à cœur, dans le sillage de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen (26 août 1789, article XI), d'encadrer par la loi les abus de la liberté d'informer. Mais le droit ne dit pas tout. Et les journalistes ont forgé, ici comme ailleurs, une éthique professionnelle qu'a tenté de cerner pour la première fois, en juillet 1918, la « Déclaration des devoirs professionnels du journaliste » (Syndicat des journalistes, devenu Snj en 1928). La déontologie du journalisme est d'abord le respect de la loi. Mais aussi celui d'un ensemble de bonnes pratiques professionnelles qui n'y figurent pas et concernent notamment : le respect de la vie privée, l'indépendance à l'égard des sources, le refus des conflits d'intérêts, le rejet de toute corruption, la distinction claire entre information et publicité ou propagande, la véracité et l'exactitude des faits et d'une manière générale « l'honnêteté de l'information ». C'est sur ce concept inclus dans la loi du 30 septembre 1986 révisée, que le Conseil supérieur de l'audiovisuel s'appuie, depuis une quinzaine d'années, dans ses décisions en la matière. Et à la suite de plusieurs décisions du Conseil constitutionnel, « l'impératif d'honnêteté de l'information » a aujourd'hui une valeur constitutionnelle 1. Le fossé entre médias et public La question principale qui se pose en France à l'égard de la déontologie journalistique est que la profession d'éditeurs de médias et journalistes a toujours refusé un dispositif commun chargé d'y veiller, contrairement à de très nombreux pays. Divers codes, syndicaux ou autres, existent mais aucun n'est reconnu par l'ensemble des intéressés ; dès 1898, la question d'une instance d'autorégulation déontologique s'est posée, et on en est toujours là 2. La profession, très peu organisée et divisée à l'extrême, se cabre encore au XXI^e siècle devant l'idée même de rassemblement, d'intérêt commun des médias et des citoyens. Dans ce contexte, les grosses et petites dérives déontologiques ont commencé à se multiplier dans les années 1980 et 1990, au point de saper la confiance du public à l'égard des médias et des journalistes. Singularité française : un fossé s'est réellement creusé entre les émetteurs et les récepteurs de l'information. En l'absence de toute initiative au plan national et avec le renforcement d'un système médiatique qui rend les médias de plus en plus interdépendants, il ne se comble pas. Les États généraux de la presse écrite, à l'automne 2008, ont proposé trois mesures de portée nationale pour commencer à retrouver confiance et crédibilité. L'adoption d'un code déontologique commun à toute la profession s'est heurtée aux divisions des partenaires sociaux et a été abandonnée (juin 2011). En revanche, le suivi d'une formation minimale « droit et déontologie » pour tous les nouveaux journalistes (ceux qui suivent un cursus reconnu, moins de 15 %, la reçoivent déjà), un « passeport professionnel », est en meilleure voie. La troisième recommandation concernait la création d'un « observatoire des pratiques de la presse ». Base de données, analyses, débat Pourquoi un observatoire ? Parce que le débat interne et externe sur la déontologie journalistique a besoin qu'une veille soit faite en permanence par un organisme indépendant. Pour agir durablement, il faut d'abord faire l'état des lieux. Sénèque l'avait déjà

formulé voici deux millénaires : « Ne sachant où ils étaient, ni où ils voulaient aller, ils ne trouvèrent pas les vents favorables pour les y conduire? » L'Association de préfiguration d'un conseil de presse en France 3 a pris le taureau par les cornes et convié toutes les organisations syndicales d'employeurs et de journalistes, les médiateurs de presse, les écoles reconnues, ainsi que diverses associations professionnelles ou de la société civile, à se réunir pour élaborer ensemble cet outil de veille. Une trentaine d'organisations et de personnes se sont réunies une première fois le 24 janvier 2012 et vont se retrouver en mars pour mettre sur pieds un « observatoire déontologique des pratiques professionnelles » (titre provisoire) sous forme d'association selon la loi de 1901. Un tel instrument serait composé de personnes morales (associations, syndicats, écoles?) et de personnes physiques (médiateurs, personnalités qualifiées?), il serait ouvert à d'autres membres que ses fondateurs. Il recueillerait et analyserait les cas de manquements comme les initiatives en faveur de bonnes pratiques professionnelles, constituant ainsi une base de données, inexistante aujourd'hui. Il s'efforcerait, sur la durée, de déceler les causes récurrentes des dérives et de dégager des tendances. En communiquant ses résultats et ses analyses, il constituerait une source fiable, en mesure d'alimenter les discussions sur la déontologie et les réflexions des citoyens. Par son existence même, il deviendrait un espace de débat sur ces questions, en dehors de tout esprit de chapelle.

Auteur(s) :

Yves AGNÈS - Président de l'Apcp, ancien rédacteur en chef au Monde, ancien directeur général du Cfpj (paritaire)

Notes de bas de page :

2. Voir la thèse de doctorat d'Alexis Guedj, avocat, décembre 2000.
3. Il existe une centaine de ces instances dans le monde, sous le terme générique de « conseil de presse », une vingtaine en Europe.
4. L'Apcp, créée fin 2006, a mis au point un projet d'instance d'éthique et de médiation, comprenant des représentants du public, et milite pour l'éclosion en France d'une telle structure.