

Conseil de déontologie des médias: «Pourquoi nous n'y participons pas»

Une vingtaine de sociétés de journalistes ont signé une déclaration disant leur refus de participer au Conseil de déontologie des médias, créé le 2 décembre 2019. Elles craignent notamment que cette instance ne participe au contournement de la loi de 1881, qui garantit la libre pratique du métier. Le point de vue de Mediapart.

La Société des journalistes de Mediapart

Le 29 novembre 2019, les sociétés de journalistes (SDJ) d'une vingtaine de médias ont publiquement déclaré leur refus de participer au Conseil de déontologie journalistique et de médiation (CDJM), créé avec le fort soutien du gouvernement et du Premier ministre. Se voulant «une des réponses à la crise de confiance du public envers les médias et aux tentatives de manipulation de l'information», cette instance est un organe professionnel d'autorégulation, de médiation et d'arbitrage entre les médias, les journalistes et leur public. Juridiquement, c'est une association loi 1901.

Depuis plusieurs années, ce projet est défendu par des membres de l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI), une association présidée par un universitaire, Patrick Eveno, spécialiste de l'histoire des médias. Le choix a été fait de doter ce Conseil de trois collègues: journalistes, éditeurs et public. Il peut s'auto-saisir ou agir en réponse à des plaintes du public, au sujet du «respect des pratiques professionnelles» des médias et journalistes. Il n'est bien sûr pas habilité à prononcer des sanctions pénales

ou financières, mais prévoit de publier ses avis sur son site⁽¹⁾. A la différence des organisations syndicales, mobilisées sur la défense des droits économiques et sociaux, les SDJ sont des associations qui représentent les journalistes, au sein des médias, en rapport avec des questions de déontologie: indépendance éditoriale vis-à-vis des actionnaires, pressions politiques venues du pouvoir, désaccords internes sur le traitement éditorial de sujets sensibles... Il n'est pas rare en France que les SDJ signent conjointement des tribunes. Mais il est tout à fait inhabituel qu'elles soient si nombreuses et si diverses à endosser un même texte pour s'opposer à une initiative portée par certains de leurs pairs. Le texte «Conseil de déontologie: pourquoi nous n'y participons pas»⁽²⁾ a ainsi reçu l'appui des rédactions d'organisations aussi différentes que l'AFP, *Challenges*, Europe 1, *L'Express*, *Le Figaro*, Franceinfo TV, France 3 National, France Bleu, France Info, France Inter, LCI, Mediapart, *L'Obs*, *Le Parisien*, *Le Point*, TF1, *La Tribune*, TV5 Monde et *20 Minutes*.

La SDJ de Mediapart a pris l'initiative de ce texte et s'est impliquée dans la discussion qu'il a suscitée parce qu'à ses yeux, les problèmes posés par la création de ce Conseil, sous sa forme actuelle, sont significatifs.

Des inquiétudes sur les intentions du gouvernement

Première inquiétude vis-à-vis du CDJM: c'est le gouvernement qui a poussé à sa création, reprenant à son compte une idée pré-existante. Pendant une grande partie de l'année 2019, l'exécutif a sollicité les sociétés de journalistes dans le cadre d'une mission confiée par le ministère de la Culture à Emmanuel Hoog, ancien PDG de l'Institut national de l'audiovisuel (Ina) et de l'AFP. A plusieurs reprises, des rédactions ont exprimé leur désaccord avec ce projet de Conseil. Reçus par Edouard Philippe à Matignon le 17 juillet 2019, nous avons été nombreux à lui en expliquer les raisons. En vain.

«Pourquoi inviter les éditeurs au Conseil de déontologie journalistique et de médiation, qui agissent en porte-voix des intérêts de leurs actionnaires? A travers eux, ce sont les autres industriels qui seront invités à définir la déontologie journalistique. Quel degré de naïveté ou de cynisme faut-il posséder pour prétendre une seconde à la vertu de ce dispositif?»



© DR

Chaque média, chaque rédaction construit sa communauté d'usagers, nourrie d'interactions, de désaccords, de fidélités. C'est par cette pratique que peut naître un rapport de confiance, et donc d'ouverture sincère à la critique. Et non pas au nom de la vision abstraite d'une justice immanente.

Il fait par ailleurs suite à de virulentes déclarations de responsables politiques, parmi lesquels Cédric O, secrétaire d'Etat au numérique, qui avait affirmé, dans un entretien à l'agence Reuters : « Il doit y avoir un Conseil de l'ordre des journalistes, des journalistes entre eux, qui prennent des décisions et qui disent à l'Etat : "Vous devez retirer l'agrément de tel ou tel canard, mettre des avertissements." » Pour contrer les fake news, il avait ajouté : « Et donc il y a une obligation de résultats de la société. C'est aux journalistes de le faire, ce n'est pas à l'Etat de le faire. S'ils ne le font pas, ce sera l'Etat qui le fera, au bout du bout. »

Cédric O était ensuite revenu sur ses propos mais ses déclarations ont laissé l'ombre d'une menace, derrière les bonnes intentions affichées du Conseil de déontologie. Surtout, deux lois adoptées depuis l'élection d'Emmanuel Macron marquent un contournement de la loi de 1881 qui garantit la libre pratique de notre métier et la libre information des citoyens. C'est le cas de la loi sur les fausses nouvelles en période électorale, qui autorise une procédure d'urgence dans laquelle un magistrat aura la possibilité de déclarer fausse une information, hors de toute procédure d'offre de preuves, de respect du contradictoire, de souci de la bonne foi – selon les critères de ladite loi de 1881. C'est aussi le cas de la loi sur le secret des affaires, qui donne à des tribunaux de commerce la possibilité d'être saisis pour défendre l'opacité du monde économique et financier, là encore hors de toute référé-

rence à la loi de 1881. Dans les deux cas, la demande unanime des organisations professionnelles à ce qu'il soit dit explicitement, dans ces textes, que leurs dispositions ne visaient pas l'exercice normal de la profession de journaliste, lequel relève des procédures ordinaires dans le respect de la loi de 1881, a été refusée par le gouvernement et sa majorité.

Un troisième texte législatif est encore en cours de discussion à l'heure où nous écrivons ce texte, mais il nous inquiète tout autant : la proposition de loi « Avia » contre les propos haineux sur Internet [NDLR : voir l'article p. 49] pourra très bien être utilisée contre les médias, le gouvernement ayant là aussi rejeté un amendement visant à préciser que la presse ne serait pas concernée.

A ce contexte institutionnel s'ajoute la recrudescence de violences policières à l'encontre de journalistes, notamment des photographes et vidéastes indépendants, lors de manifestations et rassemblements de « gilets jaunes ».

La présidence d'Emmanuel Macron a créé un contexte particulièrement hostile à l'encontre des journalistes. A cela s'ajoute la question du lien organique entre le CDJM et la puissance

(1) Ce type d'instances existe dans une centaine de pays, selon le décompte de l'ODI, dont dix-huit en Europe.

(2) <https://blogs.mediapart.fr/la-sdj-de-mediapart/blog/29119/conseil-de-deontologie-pourquoi-nous-n-y-participerons-pas>.

publique, puisqu'il entend demander des subventions. Comment croire à la possibilité de son indépendance vis-à-vis de l'Etat ?

Le deuxième reproche que nous adressons à ce Conseil de déontologie concerne sa composition : pourquoi y inviter les éditeurs, qui agissent en porte-voix des intérêts de leurs actionnaires ? A travers eux, ce sont les Dassault, Arnault, Bouygues, Drahi, Lagardère, Niel et autres industriels qui seront donc invités à définir la déontologie journalistique. Quel degré de naïveté ou de cynisme faut-il posséder pour prétendre une seconde à la vertu de ce dispositif ? Notons que cela est contraire à la Charte de Munich, texte fondateur des règles de déontologie de la profession, publié en 1971 ⁽³⁾.

C'est bien vis-à-vis de leurs lecteurs, auditeurs et spectateurs, de leur public au sens noble du terme, que les journalistes sont déontologiquement engagés. Et non vis-à-vis de celles et ceux qui défendent les intérêts de leurs propriétaires. C'est d'autant plus inacceptable qu'en France, presque tous les quotidiens d'information générale appartiennent à un groupe industriel.

De la légitimité à dire ce qui est juste ou pas

Cela nous amène au troisième défaut structurel de ce Conseil : son absence de légitimité. Au nom de quoi un conseil d'administration d'association aurait le crédit symbolique suffisant pour décider qui se trouve « dans les clous » de la déontologie ou pas ? En fonction de quels critères exactement ? Et en rendant des comptes à qui sur ses décisions ? Cette vision hiérarchique d'une régulation à caractère moral nous semble peu démocratique et illusoire.

Des représentants du public devraient certes siéger au Conseil. Mais là aussi, les grands mots ne suffisent pas à garantir l'exercice libre et constructif de la critique. « Le » public n'existe pas en tant que tel. Chaque média, chaque rédaction construit sa communauté d'usagers, nourrie d'interactions, de désaccords, de fidélités : de temps passé ensemble à se lire, s'écouter et se répondre. C'est par cette pratique que peut naître un rapport de confiance et donc d'ouverture sincère à la critique. Et non pas au nom de la vision abstraite d'une justice immanente. Sinon, comment éviter règlements de compte, attaques politiques et gâchis de temps pour tous ?

Les journalistes de Mediapart répondent chaque jour de leur travail aux lecteurs : en commentaires sous leurs articles, par le biais de billets de blogs ou sur les réseaux sociaux. Il nous arrive aussi fréquemment de comparaître devant la justice lorsque nous sommes attaqués en diffamation. Nous sommes déjà redevables de notre travail, de la façon la plus concrète qui soit. Il faut que la critique des médias prospère en toute liberté, mais elle doit être adressée en connaissance de cause et située dans un rapport sincère pour espérer viser juste. Elle doit s'exprimer sur la place publique et non dans l'espace étroit d'une instance réservée aux spécialistes.

Nous ne sommes pas opposés au principe d'un conseil de déontologie qui aurait pour but de renforcer le crédit des médias auprès des citoyens. Il est en effet vital que les journalistes rendent des comptes sur les informations qu'ils publient et la manière dont ils travaillent.

Ce qui tue le journalisme aujourd'hui, c'est la pression publicitaire, les injonctions des actionnaires à la rentabilité de court-terme, l'entre-soi élitare, la course au buzz et aux clics. Ce sont contre ces maux que la profession devrait tenter de s'organiser. Et œuvrer à construire des capacités collectives de défense vis-à-vis des pressions politiques et du capital.

La crise de confiance dans les médias, vrai défi

Les médias et les journalistes connaissent une grave crise de confiance dans leurs rapports avec leurs concitoyens. L'un de ses premiers ressorts est la circulation en temps réel d'informations et d'opinions : c'est à la fois une conquête démocratique – plus besoin d'intermédiaire – et un défi extrêmement exigeant, tant les réseaux sociaux peuvent être le vecteur et le moteur d'un mélange sans tri ni hiérarchie. Poser sérieusement la question de la déontologie de l'information et de la crise de confiance dans les médias, c'est s'emparer des sujets suivants, sur lesquels les déontologues autoproclamés font précisément l'impasse :

- celui des réseaux sociaux (et non pas seulement des journalistes et des rédactions) où peut prospérer la propagande, notamment des forces et pouvoirs politiques pour délégitimer l'information qui les dérange. C'est sur ces réseaux que sont menées des campagnes organisées de discrédit sur notre travail d'information, ne respectant aucune déontologie (comptes anonymes, fake news, calomnies, etc.) ;

- celui du règne des opinions comme cheval de Troie de destruction du rapport à la vérité (des faits, de l'expérience, de la vérification... bref, de l'information) : en répétant en boucle qu'ils ne se mêleront jamais des choix éditoriaux, les initiateurs du CDJM s'interdisent d'interroger par exemple, à l'aune des principes éthiques du journalisme, des unes xénophobes, homophobes, sexistes, islamophobes, va-t-en-guerre, etc. Nous sommes bien placés pour savoir que ce que nous devons affronter, ce n'est pas tant un journalisme d'information qui dit faux qu'un journalisme d'opinion (éditorialistes, talk-shows, etc.) qui raconte n'importe quoi ;

- celui de l'indépendance économique, qui a évidemment une dimension déontologique (conflit d'intérêts, publicité rédactionnelle, dépendance des pouvoirs publics, ménagement d'intérêts privés, etc.) : en balayant avec légèreté la question des subventions publiques (sur le thème « toute la presse en touche »), le CDJM choisit sciemment de s'aveugler sur une question éminemment déontologique pour les rédactions : le cumul d'une dépendance à des industriels privés et à de l'argent public. ●

« Il faut que la critique des médias prospère en toute liberté, mais elle doit être adressée en connaissance de cause et située dans un rapport sincère pour espérer viser juste. Elle doit s'exprimer sur la place publique et non dans l'espace étroit d'une instance réservée aux spécialistes. »

(3) Dans son préambule, on peut lire : « 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. »