

## **Journalistes sur les réseaux sociaux: champ de compétence du Conseil de la presse**

### **Prise de position du Conseil suisse de la presse 2/2019 du 24 mai 2018**

#### **I. En fait**

**A.** Avec l'essor de l'Internet et des réseaux sociaux, le visage des médias se transforme radicalement. Non seulement les médias se déclinent sur tous les supports, mais de nombreux sites d'information (journalistiques ou pas) et de propagande alimentent le débat public. Par ailleurs, les journalistes eux-mêmes peuvent s'adresser au public directement, sans passer par l'intermédiaire d'un média. Ces évolutions posent la question du champ de compétence du Conseil de la presse.

**B.** Dans sa séance du 21 novembre 2017, le Conseil de Fondation donne mandat au Conseil de la presse de lui proposer d'éventuelles modifications du Règlement du Conseil de la presse pour mieux définir son champ de compétence.

**C.** Dans sa séance du 26 janvier 2018, la présidence du Conseil de la presse décide de confier l'étude de cette question à un groupe de travail. Après consultation des membres du Conseil, le groupe de travail est constitué de la manière suivante: Michel Bühler, Jan Grüebler, Michael Herzka, Denis Masméjan, David Spinnler, Dominique von Burg (présidence) et Ursina Wey.

**D.** Dans ses séances du 12 mars et du 7 mai 2018, le Groupe de travail élabore deux projets de prises de position fondamentales. L'une consacrée aux journalistes sur les réseaux sociaux, l'autre aux sites d'information sur l'Internet.

**E.** Le présent avis, adopté par l'Assemblée plénière du Conseil de la presse du 24 mai 2018 et par voie de correspondance, est consacré au champ de compétence du Conseil de la presse concernant l'activité des journalistes sur les réseaux sociaux.

#### **II. Considérants**

**1.** A son article 2, le Règlement du Conseil de la presse définit ainsi son champ de compétence: «La compétence du Conseil suisse de la presse s'étend à la partie rédactionnelle, ou aux questions d'éthique professionnelle qui s'y rattachent, de tous les médias publics, périodiques et/ou liés à l'actualité.» Se basant sur cet article, le Conseil

de la presse a toujours pris en considération les plaintes dirigées contre un média, et non contre un-e journaliste en particulier.

**2.** Maintenant que les journalistes peuvent s'adresser directement au public, sans passer par l'intermédiaire de la rédaction d'une publication, il est logique que cette pratique soit revue. Cela d'autant plus que la Charte déontologique elle-même est une «Déclaration des devoirs et des droits du / de la journaliste» (ci-après «Déclaration») – et non des médias. En d'autres termes, rien ne s'oppose à ce que le Conseil de la presse considère des plaintes à l'encontre d'un-e journaliste en particulier.

**3.** Certains Conseils de la presse européens précisent déjà que les journalistes sont tenus des respecter leurs règles déontologiques quel que soit le support sur lequel ils s'expriment. Par exemple, dans un avis du 13 octobre 2010, le Conseil de déontologie journalistique de la Belgique francophone estime que lorsque des personnes «diffusent des messages d'information sur un support numérique destiné à un public non défini et non limité, il faut considérer qu'elles y exercent une activité de type journalistique. Elles sont par conséquent tenues d'y respecter leur déontologie professionnelle.» Autre exemple, le Conseil de la presse néerlandais, dans ses lignes directrices, estime que «toute personne engagée dans le journalisme doit assumer la responsabilité pour l'information qu'elle distribue (...) indépendamment du média ou de la plateforme».

**4.** De par leur nature les réseaux sociaux font appel à la spontanéité et sont en grande partie consacrés à la vie privée. Quant aux débats d'opinion qui s'y déroulent, ils se caractérisent par une très large liberté d'expression. En ce qui concerne les journalistes qui s'y expriment à titre individuel, il convient de tenir compte de ces caractéristiques. Leurs obligations déontologiques ne concernent pas leur vie privée et doivent laisser une grande latitude à la libre expression de leurs opinions. Ces obligations se limitent donc aux contributions de nature journalistique qu'ils diffusent.

**5.** Par ailleurs, quand un journaliste utilise les réseaux sociaux pour obtenir des informations ou des avis dans le cadre d'une enquête, il est tenu de faire connaître sa profession, dans le respect du chiffre 4 de la «Déclaration» («Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des sons, des images ou des documents»), sauf dans les cas exceptionnels prévus par la pratique du Conseil suisse de la presse.

**6.** Enfin, si une certaine latitude doit être laissée aux journalistes qui s'expriment individuellement sur les réseaux sociaux, la même largesse ne s'applique pas aux sites des médias journalistiques. Ces derniers sont tenus de respecter scrupuleusement les chiffres de la «Déclaration» également quand ils publient sur les réseaux sociaux.

### **III. Conclusions**

**1.** Les journalistes qui s'expriment sur les réseaux sociaux sont en principe tenus au respect des règles déontologiques de la profession. Il convient cependant de tenir compte du principe de proportionnalité, en considérant notamment la spontanéité caractéristique des réseaux sociaux ainsi que la large liberté d'expression qui y est pratiquée. Par ailleurs, les règles déontologiques ne s'appliquent pas quand les journalistes s'expriment sur des sujets touchant à leur vie privée.

**2.** Les journalistes qui utilisent les réseaux sociaux pour enquêter sont tenus de respecter les règles déontologiques, en particulier celles concernant la loyauté de la recherche.

**3.** Les médias journalistiques qui s'expriment sur les réseaux sociaux sont tenus au respect des règles déontologiques au même titre que sur les autres supports.