

---

**Revue annuelle 2010**

du Conseil suisse de la presse

---

**Jahrheft 2010**

des Schweizer Presserates

---

**Annuario 2010**

del Consiglio svizzero della stampa



### Table de matières

Editorial . . . . .	3
Quelques faits marquants dans la pratique du Conseil suisse de la presse. . . . .	5
Rapport annuel 2009 du Conseil suisse de la presse. . . . .	8
Adaption des directives sur le chiffre 7 de la «Déclaration». . . . .	18
L'instrument tranchant de l'enquête camouflée n'est pas un blanc-seing pour finasser (Peter Studer) . . . . .	21
La place accordée à la deontologie dans la formation des journalistes (Enrico Morresi) . . . . .	26
Composition du Conseil suisse de la presse 2009. . . . .	30

Le journaliste a passé des mois à traquer des pédophiles sur des sites de «chat» en se faisant passer pour une très jeune fille. Il leur a donné rendez-vous sur la place du Trocadéro pour les démasquer et les filmer à leur insu. Puis il les a dénoncés à la police. Ces dénonciations, les producteurs de France 2 s'en sont en plus prévalu pour assurer la promotion de l'émission.

Le débat provoqué en France par l'émission «Les infiltrés» a fait rage dans la profession. Il a eu des échos en Suisse, essentiellement dans la partie romande, mais il nous concerne tous. Le journaliste peut-il, doit-il se transformer en auxiliaire de police en dénonçant des personnes qu'il a piégées, puis interrogées? Pour les uns, le journaliste est un citoyen comme un autre. Le crime de pédophilie est abominable, et un citoyen ne fait qu'exercer sa responsabilité en dénonçant des personnes qui pourraient passer à l'acte. Pour les autres, dont je partage le point de vue, il est dangereux de confondre la fonction de journaliste et celle d'auxiliaire de la justice. Le rapport entre un journaliste et une personne interviewée, quelles que soient les circonstances, est basé sur un lien de confiance. Trahir cette confiance revient à terme à rendre impossible l'exercice de la profession de journaliste. Certes, dans ses directives relatives à la «Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste», le Conseil de la presse admet que «dans certains cas ex-

trêmes, le journaliste peut se sentir délié de son engagement à la confidentialité: notamment dans les cas où il prendrait connaissance de crimes ou de menaces particulièrement graves, ainsi que d'une atteinte à la sécurité intérieure ou extérieure de l'Etat» (directive 6.2). Dans le cas qui nous occupe, plusieurs dizaines de personnes ont été dénoncées, dont rien ne prouvait, pour la plupart, que l'on se trouvait face à un grave danger imminent.

D'ailleurs, une émission de télévision basée sur le principe même de la caméra cachée est en soi problématique. Comme l'illustre la prise de position commentée dans cet annuaire (58/2009), le Conseil de la presse n'admet qu'exceptionnellement la recherche cachée comme moyen d'investigation. Se faire connaître comme journaliste, renoncer à des méthodes déloyales contribue justement à instaurer un lien de confiance entre le journaliste et son informateur.

En définitive, le journaliste n'est pas un citoyen comme un autre quand il exerce son métier. Au nom de son rôle social éminent, au nom du public qu'il a pour mission d'informer, il revendique des accès privilégiés, ainsi que le droit de taire

Die Stellungnahmen des Schweizer Presserates sind unter [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch) abrufbar.  
 Les prises de position du Conseil suisse de la presse sont accessibles sous [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch).  
 Le prese di posizione del Consiglio svizzero della stampa sono accessibili al sito [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch).

ses sources devant un tribunal. Mais ce droit de protéger ses sources est aussi une obligation.

La fonction sociale de la police et de la justice – protéger et réprimer – est primordiale. Celle du journaliste – informer en toute indépendance – ne l'est pas moins. Thomas Jefferson, un des pères

de la Constitution américaine, ne disait-il pas que mieux valait une société sans gouvernement mais avec une presse libre qu'une société gouvernée mais qui n'aurait pas de presse libre?

*Dominique von Burg, président du Conseil suisse de la presse*

- 1992:** Le Conseil de la presse se saisit d'un article de la «SonntagsZeitung» sur l'acceptation de cadeaux par les rédacteurs en chef de «Bilanz» et de «Finanz und Wirtschaft». Il édicte des recommandations étendues sur le comportement de journalistes économiques ainsi que sur le journalisme touristique, automobile et sportif (2 et 7/1992).
- 1994:** Dans l'affaire Tornare/Télévision Suisse Romande, le Conseil de la presse critique vivement le fait que les juges tendent trop facilement à édicter des mesures provisionnelles contre des articles de presse (1/1994).
- 1996:** Dans une prise de position sur la plainte d'Anton Cottier, alors président du PDC, contre le magazine d'information «Facts», le Conseil de la presse s'est exprimé sur les principes régissant le comportement en cas d'une interview convenue. Il blâme le politicien pour avoir réécrit l'interview et le magazine pour ne pas avoir respecté l'arrangement conclu avec Cottier (1/1996).
- 1997:** Le Conseil fédéral prie le Conseil de la presse de s'exprimer sur le cas Jagmetti. Le Conseil de la presse reproche à la «SonntagsZeitung» la présentation raccourcie d'un papier stratégique secret, tout en défendant le droit des journalistes à publier, sous certaines conditions, des indiscrétions. En avril 2006, la Cour européenne des droits de l'homme a largement repris cette approche (1/1997).
- 1998:** Se fondant sur l'audition d'experts, le Conseil de la presse s'exprime dans deux prises de position sur la publication d'images représentant la violence sexuelle et des images choc et people (2/1998).
- 2000:** Dans une prise de position concernant des articles faisant état de la paternité hors mariage d'un acteur, le Conseil de la presse insiste sur la protection de la sphère intime aussi des personnes connues – à moins qu'un intérêt public n'exige le contraire (42/2000).

**2002:** Prenant position sur le compte rendu du «Blick» et du «Sonntags-Blick» sur une soi-disant affaire extraconjugale de l'ancien ambassadeur Thomas Borer, le Conseil de la presse réprimande la grave violation des sphères privée et intime du couple Borer-Fielding. De plus, il critique le versement d'un honoraire de 10 000 euros à titre d'information, le jugeant illicite (62/2002).

**2003:** Le Conseil de la presse critique la mention du nom d'un individu arrêté, un «meurtrier» présumé et ancien adepte des courses militaires (6/2003).

**2005:** Le Conseil de la presse conteste une contribution critique sur la situation financière de la compagnie aérienne Swiss selon laquelle l'inquiétude aurait gagné certains fournisseurs de carburants; «il s'agit concrètement de retards de paiement». Il aurait été indispensable, d'interroger préalablement «Swiss» à ce sujet. La simple audition de la source du reproche, selon l'auteur un cadre supérieur de «Swiss» resté anonyme, ne suffit pas (24/2005).

**2006:** Se référant au débat autour des caricatures danoises représentant Mahomet, le Conseil de la presse s'exprime de façon fondamentale sur la discrimination de minorités religieuses ou autres. Il justifie la reproduction de caricatures et d'images contestées au titre de la documentation d'un débat public (12/2006).

**2007:** Une plainte de l'association «Info en danger» concernant le mélange croissant de contenus rédactionnels et de la publicité incite le Conseil de la presse à rappeler l'importance centrale du principe de la séparation pour la crédibilité des médias. La liberté des rédactions dans le choix des thèmes rédactionnels et des sujets doit être garantie même s'il s'agit de reportages «lifestyle». Les règles déontologiques valent aussi lors de l'élaboration et de la publication de comptes rendus présentant des biens de consommation (1/2007).

**2008:** L'emballage médiatique et le suicide d'un prêtre en activité dans le canton de Neuchâtel incitent le Conseil de la presse à s'auto-saisir du traitement médiatique des affaires de prêtres pédophiles et à éclairer en particulier la notion du «droit à l'oubli». Selon le Conseil, «la manière dont une institution comme l'Eglise catholique gère, ou a géré par le passé, les cas des prêtres pédophiles est d'intérêt public». Les personnes condamnées pour un délit ou suite à un non lieu ont un droit à l'oubli. Ce droit n'est toutefois pas absolu. Les médias peuvent évoquer des faits passés pour autant qu'un intérêt public prépondérant l'exige, et qu'ils respectent le principe de la proportionnalité. Ce peut être en particulier le cas quand il y a une relation entre une affaire passée et l'activité sociale ou professionnelle présente de la personne.

**2009:** La police cantonale argovienne rend publics au cours d'une conférence de presse retransmise en direct par la télévision suisse le nom complet et la photo du meurtrier présumé d'une jeune fille au-pair. La grande majorité des médias mentionne dès lors le nom et publie – de manière plus ou moins spectaculaire – la photo. Le Conseil de la presse se saisit du cas de sa propre initiative et enjoint aux rédactions de ne pas publier par pur réflexe les nom et photo d'un criminel présumé fournis par les autorités mais de se livrer à une réflexion déontologique propre avant toute publication. Pour le Conseil de la presse, rendre public un avis de recherche ou un appel à témoins se justifie lorsqu'il y a péril en la demeure, mais pas quand l'acteur présumé est déjà en état d'arrestation et qu'il a avoué, cependant qu'un grand nombre de témoins éventuels se sont annoncés auprès des autorités avant même l'appel à témoins.

En 2009, le Conseil suisse de la presse a posé les premiers jalons d'un travail de communication plus intense, à la fois à l'adresse du public et des journalistes. La nécessité de ce travail de communication avait été révélée par l'enquête sociologique commandée par le Conseil de fondation en 2007, qui avait démontré notamment que le CSP jouissait certes d'un grand respect, mais que son travail n'avait que peu d'impact sur le travail dans les rédactions au quotidien.

Pour rendre plus concrets les contacts avec les jeunes journalistes, les délibérations des Chambres leur ont été rendues accessibles en partie. Le format prévu pour cette ouverture (publicité de la délibération sur le cas le plus intéressant, les personnes invitées ayant reçu une documentation et s'étant engagé à la confidentialité) s'est avéré tout à fait pertinent. Les échos des personnes invitées ont été excellents, et plus d'une s'est dite impressionnée du sérieux et de la profondeur de la délibération à laquelle elle a assisté. Une quarantaine de personnes ont saisi cette opportunité en 2009. Quant aux membres du Conseil de la presse, il semble qu'ils aient pour la plupart surmonté leurs réticences à l'égard de cette ouverture. Aussi l'assemblée plénière a-t-elle décidé d'accepter des exceptions à la limitation à cinq invités par séance et de s'ouvrir également à un cercle plus large que celui des journalistes, tout en restant dans les domaines proches des médias. La

même assemblée plénière a également discuté l'éventualité d'une publicité complète des délibérations – et notamment de l'ouverture aux parties – mais a décidé de ne pas franchir ce pas pour l'instant.

Par ailleurs, certains membres du Conseil se sont mis à disposition pour prendre contact avec les publications qui suivent l'actualité des médias, afin de tâcher d'augmenter la présence d'articles ou d'émissions consacrées au CSP. Ces efforts ont été suivis d'effets. Les mêmes personnes se sont déclarées prêtes à effectuer des visites dans les rédactions. Ces visites – destinées à «donner un visage» au Conseil de la presse – ne se sont effectuées qu'en nombre restreint pour le moment, mais elles devraient être plus nombreuses en 2010.

Par rapport au public, le Conseil de la presse a enfin le souci de mieux faire connaître les prises de position qu'il élabore, et dont la longueur et la technicité, toujours nécessaires, sont néanmoins un peu rébarbatives. Ainsi l'assemblée plénière du 2 septembre a-t-elle décidé de faire précéder les avis les plus significatifs de résumés de nature journalistique, donc accrocheurs. Cette mesure est en train de se mettre en place progressivement.

En ce qui concerne les prises de position du CSP en 2009 (voir le détail ci-dessous) on retiendra avec satisfaction que l'augmentation du temps de travail du secrétaire a porté ses fruits: Le volu-

me des cas en souffrance a notablement diminué et l'on peut espérer qu'il sera réduit à des proportions tout à fait acceptables. Après avoir dressé le bilan des plaintes et des avis 2009, nous évoquerons l'évolution des directives de la Déclaration des droits et des devoirs, ainsi que nos rapports avec l'extérieur.

## I. Nombre de plaintes, d'avis et de violations

2009 a vu le dépôt de 74 plaintes, donc légèrement moins que l'année précédente. De ces 74 plaintes, 9 sont restées sans suite, n'ayant pas été confirmées ou ayant été retirées. En revanche, le nombre d'avis émis atteint 72, soit six de plus que l'année précédente. Le nombre de plaintes pendantes au 31 décembre 2009 (25) est moins considérable que ces dernières années (voir les détails dans les statistiques à la page 17). Dans un cas, le Conseil de la presse a soulevé un cas de sa propre initiative. Les trois Chambres ont émis 30 avis, autant qu'en 2008. La présidence en revanche a traité 42 plaintes, soit six de plus qu'en 2008. Rappelons que la présidence ne transmet pas aux Chambres les plaintes quand elles ne satisfont pas au règlement, quand elles sont manifestement infondées ou encore quand des cas similaires ont été traités précédemment par le Conseil de la presse.

Dans 19 cas, le Conseil de la presse n'est pas entré en matière, la plainte étant soit visiblement infondée, soit tardive, soit encore identique à une plainte précédente. 29 plaintes ont été rejetées. Il reste donc 23 cas où le Conseil de la presse a constaté des violations de la «Déclaration des devoirs et des droits».

## II. Motifs de plainte et de violation

### 1. Motifs de plainte

L'insatisfaction du public, à en juger quantitativement sur la base des plaintes reçues en 2009, se rapporte grosso modo aux mêmes motifs que l'année dernière.

- Les manquements au chiffre 1 de la Déclaration (recherche de la vérité), sont le plus souvent suspectés. 16 plaintes s'y réfèrent. Dans la même catégorie générale de la diligence journalistique, on peut encore citer la suppression d'informations ou d'éléments d'informations essentiels (7 fois), l'absence d'audition en cas de reproches graves (6 fois) le mauvais traitement des sources (3 fois), le mélange de l'information et du commentaire (3 fois), les accusations infondées (2 fois) et la dénaturation des faits (1).
- Le deuxième ensemble concerne le chiffre 7 de la Déclaration. Ainsi, 14 plaintes allèguent d'un non respect de la vie privée, dont 2 concernent la mention des noms, 2 l'information en

- cas de suicides et 1 la présomption d'innocence.
- Le public se plaint un peu moins souvent de la violation du chiffre 8, soit le non respect de la dignité humaine (5 fois), la discrimination (3 fois) et la protection des victimes (2 fois).
  - La violation alléguée au devoir de rectification est un classique (6 plaintes), puis suivent dans le désordre: méthodes de recherche déloyales (3), indiscretion (1), indépendance de la profession (1), directive extérieure (1), embargo (1), partialité (1), pluralité d'opinions (1), lettres de lecteurs (1), confusion avec une fonction officielle (1).

## 2. Motifs de violation

L'analyse des motifs de violation retenus par le Conseil de la presse en 2009 montre clairement que c'est à propos du chiffre 7 de la Déclaration (respecter la vie privée) que les médias sont le moins respectueux des principes déontologiques de la profession.

- En effet, pas moins de 14 violations du chiffre 7 ont été constatées. Par ordre de fréquence, il s'agit du non respect de la vie privée (4), de comptes rendus identifiants (4), de la mention des noms (3) et enfin du droit à l'oubli (1) des directives en matière de non-lieu (1) et de suicide (1).
- Les 16 autres motifs de violation se répartissent comme suit, toujours par ordre de fréquence: audition en cas de reproche grave (5), devoir de recti-

fication (2), rechercher la vérité (2), suppression d'éléments d'information importants (2), entretien aux fins d'enquête (1), séparation texte-publicité (1), non mention de l'exercice d'une fonction publique (1), lettres de lecteurs (1), et enfin méthodes de recherche déloyales (1).

## III. Sélection de quelques avis significatifs

A part les deux premières prises de position commentées ci-dessous, la sélection ne comprend que des avis concernant le chiffre 7 de la Déclaration (protection de la personnalité). En effet, au fil des plaintes, de leur rejet ou de leur acceptation, le Conseil de la presse ne cesse d'affiner sa jurisprudence dans un domaine de la déontologie professionnelle de plus en plus souvent mis en cause.

### 1. Toutes les recherches cachées ne sont pas justifiées

Plus d'une fois, le Conseil a justifié des recherches cachées par ailleurs condamnées par les tribunaux. Mais cela ne signifie pas que de tels moyens d'enquêtes puissent se banaliser, le principe demeurant qu'un journaliste doit en principe se faire connaître.

Un journaliste du journal de consommation «K-Tipp» répond à une offre de formation du Groupe Mutuel sous son vrai nom mais sans indiquer sa qualité pro-

fessionnelle. Il en résultera un article intitulé «Placeur d'assurance en quatre heures». La caisse maladie saisit le Conseil de la presse pour violation du chiffre 4 (recherche déloyale). Quant au journal, il fait valoir qu'il était d'intérêt public de révéler la légèreté de cette formation et qu'il n'y serait pas parvenu par un autre moyen. Le Conseil de la presse donne tort au journal en l'occurrence. En effet, de nombreuses relations médiatiques ont déjà attiré l'attention sur les méthodes de vente et de conseil discutables pratiquées par certaines caisses maladie, et l'enquête en question de «K-Tipp» n'amenait pas grand-chose de neuf. L'intérêt public n'était donc pas prépondérant. De plus, selon le Conseil de la presse, il aurait sans doute été possible d'obtenir les mêmes informations par les voies usuelles, des voies que le journal n'a apparemment pas cherché à emprunter (58/2009).

### 2. Il est de la responsabilité des rédactions de décider d'une publication

Une rédaction qui, suivant l'avis d'un conseiller juridique, renonce à une publication viole-t-il le droit du public à l'information? Telle est la substance de la plainte déposée par un journaliste libre qui reproche à la RSI de ne pas avoir diffusé son enquête relative au traficotage des compteurs kilométriques dans la vente de voitures d'occasion. Pour le Conseil de la presse, une rédaction a tout à fait le droit de se faire con-

seiller juridiquement si elle a des doutes quant à l'observance des normes déontologiques ou pénales. Mais dans de tels cas, c'est bien à la rédaction et à elle seule qu'appartient la décision finale – ce qui a été respecté dans l'affaire en question. De plus, la décision de non diffusion de la RSI a été jugée judicieuse par le Conseil de la presse, dans la mesure où les moyens de l'enquête pouvaient être taxés de déloyaux (72/2009).

### 3. Même un suspect de meurtre a droit à la protection de sa personnalité

Le fait qu'une autorité judiciaire livre le nom et l'image d'une personne suspectée de meurtre ne dispense pas les médias de s'interroger sur la compatibilité d'une telle publication avec la Déclaration des devoirs et des droits. Une grande partie des médias ayant publié ces données, le Conseil de la presse s'est autosaisi de l'affaire. Ce rapport annuel ne s'y attardera pourtant pas, puisqu'il est largement commenté dans notre annuaire 2009 (30/2009).

### 4. Même si elle publie sa photo sur un site internet, une personne garde son droit à l'image

Dans le cadre d'une enquête sur les enfants nés d'inséminations artificielles, un journaliste du «SonntagsBlick» contacte une jeune femme qui raconte son histoire sur son site internet, et qui a par ailleurs témoigné à la télévision. Après plusieurs

échanges et avoir indiqué que le journal pouvait reprendre son histoire sur son site internet, sans toutefois l'identifier ou la montrer, la jeune femme finit par signaler au journal qu'elle ne souhaite pas collaborer avec lui. Le «SonntagsBlick» publie quand même l'histoire dans le cadre de son enquête, sans identifier la jeune fille, mais en reprenant le portrait qui figure sur le site.

Saisi par la jeune femme, le Conseil de la presse émet un verdict nuancé. D'une part, il admet qu'un journaliste peut recourir à des informations accessibles à tout un chacun si la personne concernée ne souhaite pas répondre à ses questions. Mais d'autre part, il juge que le journal a violé la Déclaration en publiant la photo de la jeune femme alors qu'elle avait expressément demandé qu'il ne le fasse pas. En effet, même si quelqu'un publie son portrait sur un site internet, il garde son droit à l'image. Tout ce qui est publié sur un site internet privé, même accessible à tout un chacun, ne peut être repris sans autre dans une publication à grand tirage (27/2009).

##### **5. Protection insuffisante d'une identité**

Si le Conseil de la presse admet la subjectivité, notamment lors du témoignage d'une victime d'abus sexuels, il rappelle en revanche aux médias qu'ils doivent alors veiller à ne pas dévoiler inutilement des éléments permettant d'identifier l'auteur des abus.

Un documentaire de Schweizer Fernsehen raconte l'histoire, témoignage à l'appui, de «Fabienne», qui a été victime d'abus sexuels de la part de son père pendant quatorze ans. Le témoignage est illustré par des photos où la victime et sa fratrie sont clairement reconnaissables. Il indique également que le père était chef de gare dans l'Entlebuch, et qu'il avait été très actif dans le monde associatif local. Le Conseil de la presse est saisi d'une plainte. Par ce témoignage tardif et unilatéral, ainsi que par les éléments d'identification, la télévision alémanique aurait violé à plusieurs reprises le code déontologique. Pour le Conseil de la Presse, un témoignage unilatéral est admissible, et l'on peut se dispenser d'entendre l'auteur d'actes délictueux dans des domaines aussi sensibles que l'abus sexuel. Mais en contrepartie, il importe de prendre un soin particulier à ne pas identifier ni la victime, ni son entourage. C'est dans ce sens que le documentaire n'a pas respecté la Déclaration des devoirs et des droits (3/2009).

##### **6. La mention d'un prénom et d'une initiale peuvent suffire à identifier une personne**

A plus d'une reprise, le Conseil de la presse a rendu attentif les journalistes que la mention d'un prénom suivi de l'initiale du nom de famille pouvait exposer la personne à un trop large public. A son avis, l'utilisation des prénoms fictifs est

plus appropriée, notamment dans les comptes-rendus de procès.

«20 Minuten» l'a appris à ses dépens, en donnant le prénom et l'initiale d'un homme jugé pour avoir abusé de sa belle-fille. Ce sont la mère et la fille qui ont saisi le Conseil de la presse, faisant valoir qu'elles étaient ainsi reconnaissables en tout cas dans la communauté albanaise. En effet, dans cette communauté, les personnes sont plus souvent désignées par leur prénom que par leur nom de famille (11/2009).

##### **7. L'intérêt public ne justifie pas nécessairement que l'on publie l'identité d'un gérant de fortune soupçonné d'escroquerie**

La «NZZ am Sonntag» rend compte de l'arrestation d'un gérant de fortune soupçonné d'escroquerie. Elle y mentionne la raison sociale de l'entreprise, mais aussi le nom, l'âge et le domicile du gérant présumé indélicat.

Le journal du dimanche réfute la plainte de l'intéressé concernant la violation de sa vie privée, en faisant valoir que les investisseurs potentiels doivent être mis en garde, et que le gérant de fortune a lui-même révélé son identité, puisqu'elle figure dans le registre du commerce. Ces arguments sont rejetés par le Conseil de la presse. En effet, la mention de la raison sociale suffit à mettre en garde le public. Quant à la mention dans le registre du commerce, il s'agit d'une obligation légale et l'on ne peut donc pas en tirer

argument. Le gérant de fortune n'étant pas non plus un personnage public ou un haut responsable, son identité ne devait pas être dévoilée (16/2009).

##### **8. Des soupçons basés sur des rumeurs ne suffisent pas à justifier l'identification et le rappel d'une condamnation**

Comme le raconte la «Basler Zeitung» les rumeurs vont bon train dans un village quant à l'utilisation clandestine du produit d'une plantation de chanvre pourtant légale et contrôlée. Une des raisons du soupçon qui pèse sur le fermier – dont le nom est mentionné entièrement – est le fait que ce dernier a été condamné il y a cinq ans parce qu'il cultivait des plantes à trop haute teneur en THC. Pour le Conseil de la presse, le journal ne devait mentionner ni l'identité ni la condamnation antérieure du fermier, puisque les seules soupçons à son encontre résultaient de rumeurs villageoises (33/2209).

##### **9. Le droit à l'oubli et celui d'être entendu ne sont pas absolus**

Un ancien policier, qui dirige un centre de formation en matière d'autodéfense, invite la presse à une présentation de l'entraînement d'un conseiller national. Sans attendre, «20 Minuten» se saisit de l'histoire. Le journal rappelle que le fondateur de l'entreprise, personnalité controversée, a quitté la police après avoir été condamné il y a cinq ans pour con-

trainte. Ce dernier alerte le Conseil de la presse: le journal l'a nommé sans même l'entendre et a violé son droit à l'oubli. Le Conseil de la presse rejette la plainte. En effet, l'ex-policier a lui-même convié les médias, il ne saurait donc se plaindre d'être nommé. Par ailleurs, s'il est vrai qu'un ancien condamné a un droit à l'oubli, ce droit n'est pas absolu. La mention d'une ancienne condamnation est en particulier justifiée quand il existe un lien entre cette condamnation et la nouvelle activité. Devait-il être entendu à cet égard? Pas nécessairement, dans la mesure où le journal ne relate que brièvement des faits largement publics à l'époque et qui donc ne constituent pas des reproches nouveaux (5/2009).

#### **10. L'identité de hauts fonctionnaires n'est pas protégée s'ils fautent dans cette capacité**

Deux collaborateurs de l'Office fédéral de la police sont inculpés de falsification de documents dans le cadre d'une affaire qui a agité le landerneau politico-juridique suisse. La «Weltwoche», dans un article très critique, mentionne les noms de ces deux membres des services secrets. Plainte de l'Office fédéral de la police: la mention de ces noms n'était pas nécessaire, d'autant moins que ces agents secrets se trouvaient ainsi dévoilés et dans l'incapacité d'exercer cette fonction à l'avenir. L'hebdomadaire au contraire fait valoir que ces deux fonc-

tionnaires ont déjà été déplacés et qu'ils n'exercent plus de tâches clandestines. Et que de plus, ils exerçaient des responsabilités importantes au moment des faits.

Après de longues délibérations, le Conseil de la presse finit par se ranger aux arguments de la «Weltwoche». Certes, comme le prétend l'Office fédéral, le même article aurait pu être écrit avec la même force critique sans la mention des noms. Toutefois, juge le CSP, «celui qui dans une fonction étatique importante agit dans la chambre noire d'enquêtes clandestines doit se comporter de manière exemplaire. S'il ne le fait pas, on peut le critiquer publiquement, en mentionnant son nom et sa fonction.» Quant aux conséquences négatives pour les intéressés et les pouvoirs publics consécutives à cette identification, le CSP estime que l'Office fédéral de la police ne les a pas étayées (59/2009).

#### **11. Une cheffe de la police a droit à la protection de sa vie privée**

Dans le cadre d'une guerre des chefs de la police vaudoise, révèlent «24 Heures» et la «Tribune de Genève», l'un des protagonistes aurait informé le procureur général que son rival, quoique marié et père de famille, entretenait des relations «affectueuses» avec la cheffe de la police genevoise. Il s'agirait d'un «secret de Polichinelle» et il existerait même une vidéo compromettante. La responsable

genevoise se trouverait ainsi «au cœur de la crise».

Saisi par l'intéressée, le Conseil de la presse lui donne raison. Dans la mesure où une affaire privée n'a pas d'influence sur l'exercice d'une fonction publique, même à un niveau élevé, les médias n'ont pas à en faire état. L'intérêt public ne doit pas être confondu avec la curiosité du public (18/2009).

#### **12. Le tabou sur le suicide peut être brisé**

La relation d'un suicide n'est en principe pas d'intérêt public, et le Conseil de la presse a toujours demandé aux médias d'exercer une grande retenue dans ce domaine. Mais cela ne signifie pas qu'une telle relation appartienne toujours au domaine strictement privé.

Ainsi l'article du «SonntagsBlick» sur le suicide, au moyen d'un fusil d'assaut, du parent d'un politicien connu et partisan du maintien de l'arme de service était d'intérêt public et pertinent. En l'occurrence en effet, cet événement pouvait être mis en rapport avec un débat public en cours. Et le journal avait pris soin de ne pas donner d'éléments d'identification superflus (47/2009).

#### **13. Le journaliste a parfois l'obligation de protéger une personne interviewée contre elle-même**

L'interview d'un assassin libéré et en voie de réinsertion est à manier avec une certaine prudence. Il convient en particulier de s'assurer que la personne interviewée soit d'accord avec le contenu de l'article et que sa publication ne puisse lui causer du tort.

Ce sont ces règles qu'un journaliste du «Matin» a insuffisamment respectées dans l'article qu'il a consacré à une personne condamnée à 22 reprises et ayant passé 27 ans en prison. Certes, tout indique que l'entretien avec le journaliste s'est bien passé, mais le repris de justice n'a visiblement pas été rendu attentif à son droit de relecture, et il n'en a donc pas fait usage. Par ailleurs, en donnant des détails macabres sur le pire crime dont s'était rendu coupable l'ex-détenu, le journal n'a pas tenu compte des impératifs de sa réinsertion sociale (36/2009).

#### **IV. Adaptation des directives sur le chiffre 7 de la «Déclaration»**

Lors de son assemblée plénière du 2 septembre 2009, le Conseil de la presse a décidé d'entreprendre un toilettage complet des directives concernant la protection de la vie privée. En effet, avec l'attention toujours plus marquée que les



médias portent à la vie privée, la jurisprudence du CSP a évolué. Le Conseil tend en particulier à appliquer à tous les domaines de l'information les règles de protection de l'identité actuellement mentionnées uniquement pour les affaires judiciaires et leurs suites. Par la même occasion, toute la systématique de ces directives concernant la vie privée est en révision. Ce travail est actuellement en voie d'achèvement.

De plus, la même assemblée a donné mandat à une de ses Chambres de préparer une prise de position exhaustive sur l'utilisation, par les médias, des données personnelles toujours plus nombreuses que l'on peut trouver sur l'Internet.

## V. Rencontre de l'AIPCE à Oslo

Le président du Conseil de la presse a participé à Oslo à la 11e rencontre de l'AIPCE (Alliance of Independent Press Councils of Europe). A noter que le mouvement s'étend même hors de l'Europe, puisque des délégations d'Israël, du Kazakhstan, du Kenya, du Kirghizstan, de Turquie et de l'Ouganda étaient présentes. Pour le reste, 26 pays européens, ainsi que le Conseil de l'Europe et l'O-SCE étaient représentés.

Parmi les sujets en discussion, relevons le développement, en partie inquiétant, des réglementations européennes concernant l'éthique journalistique. La question de la réglementation du contenu des sites de l'Internet. Celle du non respect toujours plus patent de la vie privée, notamment dans les reportages en direct de délits ou d'actions policières. La question de la protection de l'enfance, dont les couvertures des tabloïds font fi sans se soucier des conséquences que peuvent avoir les illustrations et la titraille concernant notamment les crimes et les violences domestiques. Enfin, on observe que toujours plus nombreux sont les Conseils de la presse européens qui axent leur action sur la médiation immédiate autant que sur le traitement de plaintes.

*Dominique von Burg, président  
du Conseil suisse de la presse*

## Annexe I: Statistique du Conseil suisse de la presse 2009

	Total	Suisse- alémanique	Romand	Suisse italienne	Journaux	Revue	Radio SRG	TV SRG	Radio privées	TV privées	Internet	Agences
<b>Procédures pendantes le 1.1.09</b>	34	27	7	0	30	2	0	1	0	1	0	0
Cas d'autosaisine	1	1			1							
Nouvelles plaintes	74	61	9	4	63	8		2	1			1
Plaintes retirés	11	9	2		10			1				
Non entrée en matière/plaintes infond.	19	14	5		17	1			1			
Plaintes admises	6	4	1	1	5	1						
Plaintes partiellement admises	17	13	4		16			1				
Plaintes rejetées	29	24	4	1	26	1		1		1		
Prises de p. des cas d'autosaisine	1	1			1							
Procédures présidentielles	54	46	8	1	47	4		2	1	1		
Procédures dans les chambres	30	22	6	1	28	1		1				
Procédures devant le plénum												
Total des prises de position adoptées	72	56	14	2	65	3	0	2	1	1	0	0
Total des procédures liquidées	84	68	14	2	75	5	0	3	1	1	0	0
<b>Procédures pendantes le 31.12.09</b>	25	21	2	2	19	5	0	0	0	0	0	1

## Annexe II: Développement du nombre des prises de position du Conseil suisse de la presse de 2000-2009

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Procédures pendantes le 1er janvier</b>	18	23	22	28	45	27	42	35	38	34
Cas d'autosaisine	4	1	4	0	0	1	2	0	1	1
Nouvelles plaintes	55	68	91	103	74	88	79	86	81	74
Plaintes retirées	9	15	23	24	25	23	22	20	20	11
Non entrée en matière/plaintes infondées	2	4	17	10	14	13	22	8	17	19
Plaintes admises	12	6	10	12	6	12	8	8	8	6
Plaintes partiellement admises	12	18	13	18	19	15	14	21	8	17
Plaintes rejetées	17	25	24	20	28	11	20	26	32	29
Prises de position des cas d'autosaisine	2	2	2	2	0	0	2	0	1	1
Procédures présidentielles	2	32	38	64	66	49	63	53	56	54
Procédures dans les chambres	41	35	28	19	26	24	23	30	30	30
Procédures devant le plénum										
Total des prises de position adoptées	44	54	66	62	67	51	66	63	66	72
Total des procédures liquidées	52	70	89	86	92	74	88	83	86	84
<b>Procédures pendantes le 31 décembre</b>	23	22	28	45	27	42	35	38	34	25

Le Conseil suisse de la presse, lors de sa séance plénière du 2 septembre 2009, a révisé les directives relatives au chiffre 7 de la «Déclaration» (respecter la sphère privée) ainsi que la directive 3.3. L'entrée en vigueur est le 1er juillet 2010.

### **Directive 7.1 (Protection de la vie privée)**

Toute personne – y compris les célébrités – a le droit au respect de sa vie privée. Les journalistes ne peuvent enregistrer de sons, d'images ou de vidéos dans son domaine privé sans le consentement de la personne concernée. De même, tout harcèlement des personnes dans leur sphère privée (intrusion dans un domicile, filature, surveillance, harcèlement téléphonique, etc.) est à proscrire.

Même dans le domaine public, il n'est admissible de photographier ou de filmer des personnes privées sans leur autorisation que si elles ne sont pas mises en évidence sur l'image. En revanche, il est licite de rendre compte par l'image et le son lors d'apparitions publiques et lorsque l'intérêt public le justifie.

### **Directive 7.2 (Identification)**

Les journalistes soupèsent avec soin les intérêts en jeu (droit du public à être informé, protection de la vie privée). La mention du nom et/ou le compte rendu identifiant est admissible:

- si la personne concernée apparaît publiquement en rapport avec l'objet de la relation médiatique ou si elle donne son accord à la publication de toute autre manière;
- si la personne jouit d'une grande notoriété et que la relation médiatique est en rapport avec les causes de sa notoriété;
- si la personne exerce un mandat politique ou une fonction dirigeante étatique ou sociale et que la relation médiatique s'y rapporte;
- si la mention du nom est nécessaire pour éviter une confusion préjudiciable à des tiers;
- si la mention du nom ou le compte rendu identifiant est justifié par ailleurs par un intérêt public prépondérant.

Dans les cas où l'intérêt de protéger la vie privée l'emporte sur l'intérêt du public à une identification, les journalistes ne publient ni le nom, ni d'autres indications qui permettent l'identification d'une personne par des tiers n'appartenant pas à l'entourage familial, social ou professionnel, et qui donc sont informés exclusivement par les médias.

### **Directive 7.3 (Enfants)**

Les enfants sont dignes d'une protection particulière, y compris les enfants de personnalités publiques ou de personnalités qui sont l'objet de l'attention des médias. Une retenue extrême est indiquée dans les enquêtes et les comptes rendus

portant sur des actes violents et qui touchent des enfants (que ce soit comme victimes, comme auteurs présumés ou comme témoins).

### **Directive 7.4 (Comptes rendus judiciaires; présomption d'innocence et réinsertion sociale)**

Lors des comptes rendus judiciaires, les journalistes soupèsent avec une attention particulière la question de l'identification. Ils tiennent compte de la présomption d'innocence. Après une condamnation, ils portent attention à la famille et aux proches de la personne condamnée, ainsi qu'aux chances de réinsertion sociale de cette dernière.

### **Directive 7.5 (Droit à l'oubli)**

Les personnes condamnées ont un droit à l'oubli. Cela est d'autant plus vrai en cas de non-lieu et d'acquiescement. Le droit à l'oubli n'est toutefois pas absolu. Tout en respectant le principe de la proportionnalité, les journalistes peuvent relater des procédures antérieures, si un intérêt public prépondérant le justifie. Par exemple, quand il y a un rapport entre le comportement passé et l'activité présente.

### **Directive 7.6 (Non-lieu, classement et acquiescement)**

L'importance et la place accordées à la relation de non-lieu, de classements ou d'acquiescements dans une procédure

pénale doivent être en juste proportion avec les comptes rendus antérieurs.

### **Directive 7.7 (Affaires de mœurs)**

Dans les affaires de mœurs, les journalistes tiennent particulièrement compte des intérêts des victimes. Ils ne donnent pas d'indication permettant de les identifier.

### **Directive 7.8 (Situation de détresse, maladie, guerre et conflits)**

Les journalistes se montrent particulièrement réservés à l'encontre de personnes en situation de détresse ou de deuil, ou encore qui se trouvent sous le choc d'un événement. Cela s'applique en outre aux familles et aux proches de personnes concernées. Pour enquêter dans des hôpitaux ou des lieux similaires, il convient d'obtenir l'autorisation des responsables.

Les images de guerres et de conflits, d'actes terroristes et d'autres situations de détresse, témoignent de moments historiques. L'intérêt public à leur diffusion doit pourtant être mis en balance avec

- le danger de porter atteinte à la vie privée des personnes représentées et/ou à la sensibilité des spectateurs;
- le droit de la personne représentée à la paix des morts.

### **Directive 7.9 (Suicide)**

Les journalistes observent la plus grande retenue dans les cas de suicide. Les



Par Peter Studer, avocat, ancien président du Conseil suisse de la presse (2001–2007), Rüschtikon

suicides peuvent faire l'objet d'une information:

s'ils ont provoqué un grand écho public; si des personnalités publiques se donnent la mort. Pour des personnalités moins connues, le suicide doit avoir au moins une relation probable avec des affaires publiques;

- si le défunt ou ses proches ont rendu d'eux-mêmes son geste public;
- s'ils sont en relation avec un crime révélé par la police;
- s'ils ont un caractère démonstratif et qu'ils visent à rendre attentif à un problème non résolu;
- s'ils suscitent un débat public;
- s'ils donnent cours à des rumeurs ou à des accusations qui peuvent être rectifiées par l'information.

Dans tous les cas, l'information se limite aux indications nécessaires à la bonne compréhension du cas et ne doit pas comprendre de détails intimes ou dégradants. Afin d'éviter les risques de suicide par imitation, les journalistes renoncent à des indications précises et détaillées sur les méthodes et les produits utilisés.

### Complément à la directive 3.3 (Documents d'archive)

Les documents d'archive doivent être clairement identifiés, au besoin en indiquant la date de la première parution. De plus, il convient de se demander si la personne représentée se trouve encore dans la même situation et si son accord vaut aussi pour une nouvelle publication.

**Dans les années 2008 et 2009, la recherche cachée a fait parler d'elle au Conseil de la presse et devant les tribunaux. En 2009 le Conseil de la presse blâmait la revue consumériste «K-Tipp» pour une action d'infiltration d'un rédacteur qui s'est fait «former» comme représentant par l'assurance «Groupe Mutuel» pour ensuite critiquer vertement cette formation dans son article. – En 2008 et 2009, des tribunaux ont sanctionné plusieurs collaborateurs de la télévision, parmi eux le rédacteur en chef de l'époque, pour s'être servi de la caméra cachée pour «Kassensturz». Déjà un autre procès menace. Peut-on encore sauver cet important outil d'investigation?**

La pratique du Conseil suisse de la presse n'est pas univoque en la matière.

Le Conseil de la presse se réfère au chiffre 4 des devoirs des journalistes: les journalistes «n'ont pas recours à des méthodes déloyales» dans leur recherche d'informations.

Deux directives découlant de la pratique concrétisent et commentent cette obligation.

*Directive 4.1 (Dissimulation de la profession):* «Le fait de dissimuler sa qualité de journaliste pour obtenir des informations (...) relève des méthodes déloyales.»

Celui qui se procure des informations de nature courante – pour établir une comparaison du prix des pommes chez Coop et Migros, par exemple – n'a évidemment pas à se faire reconnaître comme agent des médias. Mais dès qu'il s'agit d'approfondir et de demander un complément d'information délicat, par exemple sur les liens unissant le responsable des achats à ses fournisseurs en Turquie, le journaliste doit agir à visage découvert. L'informateur doit pouvoir décider si et comment il entend communiquer ou pas des faits délicats aux médias.

*Directive 4.2 (Recherches cachées):* Le Conseil de la presse ne les admet qu'à «titre exceptionnel» si un «intérêt public prépondérant» justifie la publication de ces informations «qui ne peuvent être obtenues d'une autre manière». Le Conseil de la presse allemand a formulé un passage tout à fait similaire.

Pourquoi alors cette retenue? Elle tient à trois constantes de l'activité journalisti-

que, qui auraient pu être explicitées davantage dans les directives:

- en premier lieu, il y a l'«intérêt public prépondérant» qui joue à juste titre un rôle important dans la pesée des intérêts éthique et juridique. Un intérêt public prépondérant n'est pas la curiosité d'une partie plus ou moins importante du public, mais un effort consistant à préserver d'importants intérêts de la communauté (Prise de position 62/2002, Thomas Borer-Fielding contre Ringier). Il saute pourtant aux yeux que les agents des médias qui recourent aux recherches cachées ne se réfèrent presque toujours qu'à cet intérêt public prépondérant qu'ils magnifient notamment les collègues de «Kassensturz» et de «K-Tipp».

- Et pourtant il convient de porter également attention au principe de la confiance qui a pris toute sa signification dans l'éthique de l'après-guerre et dans la jurisprudence (dès les années soixante). Le philosophe Jürgen Habermas exigeait le «virage communicatif» qui se détache du «sujet isolé» pour se tourner vers la communauté. Avec comme condition préalable la confiance que des personnes solidaires peuvent avoir dans les assurances des autres. Un orateur est crédible «lorsqu'il ne se trompe pas lui-même ni les autres». Nous vivons à une époque où il est difficile de démêler propagande, publicité et déclaration sérieuse, attachée à la vérité. Lorsque

des médias de qualité cessent de s'astreindre à créer la confiance en leurs produits, ils compromettent leurs chances de survie dans leur combat contre les médias gratuits et l'internet.

- Le principe de la proportionnalité ne peut pas rester ignoré non plus. Il joue un rôle important dans les discussions à propos de l'enquête camouflée. Dès lors que le journaliste opérant en cachette se permet de tromper autrui sous prétexte de raisons supérieures, il doit pour le moins s'efforcer de limiter autant que possible l'atteinte causée de ce fait, sans compter les dommages qui souvent en découlent.

#### **Prise de position 58/2009:**

##### **Groupe Mutuel contre «K-Tipp»**

Le rédacteur X de «K-Tipp» a répondu à une petite annonce du Groupe Mutuel en donnant son vrai nom mais une fausse profession (employé commercial). Il a signé un contrat de formation et de collaboration pour, quelques jours seulement après avoir suivi quatre heures de cours, renvoyer une lettre de démission du rédacteur en chef de «K-Tipp» accompagnée d'un projet d'article consacré à cette formation à la va-vite. Le Groupe Mutuel était invité à s'exprimer sur ce projet d'article. En lieu et place, l'assurance maladie a saisi le Conseil de la presse. Le rédacteur aurait fait un usage illicite d'informations commerciales confidentielles, violant de plus l'obligation de confidentialité contractuelle. «K-

Tipp» soulignait en revanche l'intérêt éminent du public à son enquête cachée.

Outre la notion d'intérêt public, le Conseil de la presse rappelait les principes de confiance et de proportionnalité. «Plus journalistes s'immiscent (dans les sphères privées et dans les secrets d'affaires) plus l'intérêt public à ce que soit révélé un état de fait contestable doit être important.» Avant la publication d'une enquête camouflée, le résultat de la recherche devrait être soumis à une nouvelle pesée des intérêts. Pour le Conseil de la presse le résultat de cet examen était négatif. La conclusion de l'enquête était déjà connue depuis longtemps sous forme de mises en garde répétées des médias des consommateurs et consommatrices, précisément contre le Groupe Mutuel, la dernière fois en 2009. La nouvelle enquête ne contenait «que peu d'éléments nouveaux»; son apport en connaissances – elle n'avait d'ailleurs été précédée d'aucune enquête ouverte – ne justifie en rien le grave abus de confiance commis en considérant les signatures apposées sous le contrat.

##### **Protestation des dirigeants de «K-Tipp» et de «Kassensturz»**

«K-Tipp», auquel le dirigeant de «Kassensturz» est venu apporter son soutien, a violemment protesté sous le titre «Copier plutôt que rechercher?». A l'évidence, le Conseil de la presse n'a pas posé cette alternative, mais s'est occupé de

la pesée des intérêts par rapport à la méthode d'enquête. La déontologie des médias n'est pas une science exacte, mais bien un effort continu qui présuppose un échange d'arguments se fondant sur un canon des valeurs. Laissons ouverte ici la question de savoir si le Conseil de la presse s'est montré trop sévère: ce qui m'irrite, c'est que les chefs opérationnels de «K-Tipp» et de «Kassensturz» dans leur protestation contre la décision du Conseil de la presse n'ont pas dit le moindre mot sur la pesée des intérêts concernant les notions d'abus de confiance et de proportionnalité. La triade des intérêts entrant dans la pesée en plus de l'intérêt public, comprend justement aussi les autres.

Le professeur de journalisme Michael Haller, de Leipzig – qui s'était jadis mis en évidence comme rédacteur à Bâle et au «Spiegel» par ses enquêtes sans concession – le voit d'ailleurs de la même manière. Dans son ouvrage de référence «Recherchieren» (7ème édition 2008: UVK Constance) il rappelle la pesée des intérêts du tribunal constitutionnel allemand lors du procès Springer/«Bild» contre Wallraff, en 1984: l'obtention illicite d'informations n'est couverte ni par la liberté d'opinion, ni par la liberté de la presse. Pour qu'elles puissent être rendues publiques malgré cela, leur valeur informative devrait alors peser d'un poids nettement plus élevé que le délit commis. Ce n'est pas le principe même de la recherche cachée, justifiée dans

des cas d'exception, qui inquiète Haller, mais de se prévaloir d'une telle tromperie «pour n'importe quel effet, parfois pour la seule recherche». Il relève les «exercices d'équilibrisme entre voyeurisme et documentation révélée révélatrice» – «rarement une exigence de l'enquête».

### Attention, mise en garde: deux jugements de tribunaux suisses

Deux jugements de tribunaux pénaux se sont occupés en 2008 et 2009 des caméras cachées de la télévision suisse SF – pour les éliminer même en tant qu'instruments de recherche exceptionnellement justifiés. Le Conseil de la presse traite de déontologie et repose sur le bon gré. Les tribunaux interprètent le droit des médias et prononcent des peines le cas échéant, accordent des dommages et intérêts. Une fois qu'un tribunal suprême a prononcé un jugement entrant en force, il se crée un préjudice très difficile à lever. Sont concernés d'abord deux articles du Code pénal (CP):

– *Art. 179 bis CP (Ecoute et enregistrement de conversations entre d'autres personnes): «Celui qui, sans le consentement de tous les participants aura (...) enregistré sur un porteur de son une conversation non-publique entre d'autres personnes» ou en aura donné connaissance à des tiers «sera, sur plainte, puni » d'une peine privative de liberté de trois ans au plus ou d'une peine pécuniaire.*

– *Art. 179 ter CP (Enregistrement non autorisé de conversations): «Celui qui, sans le consentement des autres interlocuteurs, aura enregistré sur un porteur de son une conversation non publique» et/ou a rend accessible à un tiers sera puni sur plainte d'une peine privative de liberté d'un an au plus ou d'une peine pécuniaire.*

### «Agent d'assurance» (Arrêt du Tribunal fédéral 6B\_225/2008)

Inspiré par des rapports annuels de l'office de l'ombudsman des assurances privées, «Kassensturz» voulait démontrer la mauvaise qualité des conseils prodigués par nombre d'assurances lors des visites à domicile, et cela à l'aide d'une caméra cachée. Une collaboratrice de «Kassensturz» servait d'appeau et recevait les conseillers. Derrière la paroi se tenaient une rédactrice et un expert en assurances indépendant. Le dernier des conseillers, celui qui a le plus dérapé – il proposa d'emblée le tutoiement à la «cliente», lui donna des conseils totalement faux et voulut ensuite la recruter pour l'acquisition de clients – s'opposa par la suite à toute utilisation des prises de vues. «Kassensturz» les diffusa pourtant, tout en masquant le visage et en éformant la voix. En passant, la rédaction mentionna une fois le nom de la firme, mais non pas celui du «conseiller». Ce dernier a déposé plainte. Le Tribunal fédéral se fonda sur le fait que la conversation qui avait eu lieu était «non publi-

que». Les quatre journalistes et cadres impliqués seraient passibles de l'un ou l'autre grief.

Restait une échappatoire: le Tribunal fédéral avait depuis longtemps déjà reconnu, à contrecœur, une justification «extralégale» (parce que pas mentionnée dans code pénal) d'intérêts légitimes. Toutefois, le délit doit alors 1. être un moyen nécessaire et adéquat pour atteindre des objectifs légitimes; 2. le délit doit peser moins lourd que les intérêts que son auteur (le journaliste, en l'occurrence) entend protéger. Lorsque la cliente d'une assurance accuse après coup l'agent de l'avoir mal conseillée, elle ne dispose d'aucun témoin. Néanmoins le Tribunal fédéral n'a pas voulu considérer l'intervention de «Kassensturz» comme un moyen «nécessaire» contre un danger «qui n'aurait pas pu être écarté autrement». Les collaborateurs des médias auraient pu «rendre compte en substance de l'événement en prenant des notes».

Alors, retour à l'arsenal médiatique du début du 20ème siècle? Cela bien que les collaborateurs de «Kassensturz» aient rendu le conseiller méconnaissable sauf pour sa femme et son voisin de bureau et d'avoir ainsi agi «de manière proportionnée», dans le souci de limiter les dommages? Pour la majorité des experts du droit des médias et des pénalistes, cela restait incompréhensible. L'affaire est maintenant devant la Cour pour les droits de l'homme à Strasbourg. On ne peut que souhaiter bonne chance.

### «Chirurgien esthétique» (Jugement du Tribunal de district de Zurich de janvier 2010)

«Kassensturz» avait consacré plusieurs sujets à la chirurgie esthétique envahissante. La «cerise sur le gâteau» était réservée à une émission dédiée à un ancien contradicteur des conflits juridiques remontant aux années nonante: le docteur Meyer-Fürst. Mention du nom, visage dévoilé, palpation soi-disant trop fréquente de la poitrine de l'«appeau» – une Miss Argovie bien proportionnée – tout cela raconté sur un ton vengeur, etc. Cela m'apparaît comme disproportionné (le professeur Haller dirait peut-être: à la manière d'un voyeur). Le jugement – non combattu et donc entré en force – sanctionnant les participants s'inspirait largement du jugement du Tribunal fédéral «agent d'assurances». Une plainte en dommages et intérêt pourrait suivre. Conséquence: le rédacteur en chef en charge à SF m'a confirmé en avril 2010 que l'usage de la caméra cachée dans toutes les émissions de son domaine était désormais soumis à son accord. Il ajoutait que des difficultés pouvaient se présenter avec des films documentaires étrangers, qui ont moins de retenue. Il n'a accordé aucune autorisation à «Kassensturz» au cours des dix derniers mois. En prenant en compte aussi des principes de confiance et de proportionnalité et pas seulement celui de l'intérêt public parfois invoqué un peu rapidement, il semble possible de sauver cet important instrument d'enquête. Journalistes, réviser votre manière de penser!

Par Enrico Morresi, président du  
Conseil de fondation de la Fondation  
«Conseil suisse de la presse»



Le 23 janvier dernier, à l'occasion de la célébration du dernier cours donné par le professeur émérite bernois pour la science des médias, Roger Blum, j'ai été invité à m'exprimer sur la place de l'éthique dans la formation des journalistes en Suisse. Mon exposé, dont je reproduis ici les traits essentiels, est aussi un hommage rendu à Roger Blum, président du Conseil suisse de la presse de 1991 à 2001. Grâce à son engagement et son initiative personnelle, il a fait du Conseil de la presse une institution connue et reconnue. Avec pour corollaire un accroissement correspondant du nombre des plaintes déposées annuellement et qui ont passé de moins de dix au début à une centaine par la suite.

Une majorité nette des journalistes suisses affirme se faire une image positive du Conseil suisse de la presse, de connaître le Code des journalistes et de prendre connaissance des prises de position

du Conseil de la presse.<sup>1</sup> Une autre étude portant sur la conception idéologique qu'ont les journalistes suisses de leur métier leur atteste une compréhension exemplaire et déontologique. Ils approuvent des règles de conduite générales et rejettent des méthodes de travail déloyales.<sup>2</sup> L'étude mentionnée de l'Institut pour la recherche pratique sur les médias (SUP) à Winterthur et consacrée à l'«Image du Conseil suisse de la presse» a aussi mis en évidence le fait que les rédactions ne discutent que rarement de questions déontologiques et que le Code des journalistes n'est guère pris en compte lors de décision sur le choix des informations et sur ce qui est mis à l'agenda. Et de plus: bien que la «Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste» stipule depuis plus d'une année que les rédactions ont l'obligation de rendre compte des prises de position du Conseil de la presse, du moins de celles qui concer-

nent leur propre média, le bilan actuel concernant l'obligation de les reproduire n'est pas satisfaisant.<sup>3</sup>

Le Conseil suisse de la presse se rend bien compte qu'il ne peut atteindre que ponctuellement les journalistes dans la pratique quotidienne des rédactions. Les raisons en sont multiples. Il me tient à cœur – particulièrement devant une assistance aussi compétente en la matière – d'attirer l'attention sur une grave lacune dans la formation des journalistes: le poids insuffisant accordé à l'éthique en tant que fondement rationnel de l'action professionnelle.

La formation professionnelle n'est jusqu'ici pas réglementée dans ce pays. Il est toujours possible d'accéder à la profession sans diplôme universitaire. Il est indispensable cependant que les agents des médias soient conscients du rôle important qu'ils jouent dans la société civile. Ce n'est que grâce à une conscience critique prononcée devant leur tâche dans l'intérêt du public qu'ils sont en mesure de l'accomplir dans les conditions économiques données du système médiatique.

La FAZ et la NZZ ne sont plus, selon des études actuelles, les seuls phares de la qualité journalistique. En particulier des médias «Special Interest» offrent à leur public des contenus d'une qualité au-

dessus de la moyenne, qui émanent de journalistes possédant une compétence professionnelle aiguë. En revanche, la distinction entre journalisme, relations publiques et publicité perd de son importance.<sup>4</sup>

A cet égard, j'ai posé la question suivante aux représentants des écoles de journalisme: Êtes-vous certains d'accorder l'attention nécessaire à la spécificité de l'activité journalistique avec vos programmes de formation actuels? Ne se focalisent-ils pas trop fortement sur le «how», soit la manière de faire du journalisme, au détriment de la question centrale, celle du «pourquoi» qu'on escamote? Ne courez-vous pas le risque de mettre en danger l'assise morale de la profession, alors que le journalisme est toujours plus fortement mis sous pression par des influences massives externes au système, comme la politique et l'argent?

De tout temps j'ai défendu l'opinion que l'information était un «bien public». C'est pourquoi nous avons besoin d'une «éthique publique» à même de garantir les principes fondamentaux, les règles et les applications.<sup>5</sup> Une «éthique publique» fonde ses arguments sur la base de la société et de ses théories. Jürgen Habermas s'exprime ainsi sur le journalisme: «1. Les mass media doivent se considérer comme les «mandataires» d'un public

1 Vinzenz Wyss, L. Tschopp, Chr. Wüthrich, Das Bild des Schweizer Presserates. Eine schriftliche Befragung von Schweizer Medienschaffenden, Institut für Angewandte Medienwissenschaft IAM an der Zürcher Hochschule Winterthur ZHW, Winterthur, Mai 2007.

2 Thomas Hanitzsch, Journalismuskultur: Zur Dimensionierung eines zentralen Konstrukts der kulturvergleichenden Journalismusforschung, Medien & Kommunikationswissenschaft, 2007, 55 (3): 372–389. Pure: Thomas Hanitzsch, Deconstructing Journalism Culture: Towards a universal theory, Communication Theory, 2007, 17 (4), 367–385.

3 Abdruck von Stellungnahmen des Presserats, die das eigene Medium betreffen, interner Bericht der Stiftung «Schweizer Presserat» vom 17. November 2009.

4 Michael Meyen/Claudia Riesmeyer, Diktatur des Publikums. Journalisten in Deutschland, Konstanz, 2009.

5 Enrico Morresi, Etica della notizia. Fondazione e critica della morale giornalistica, Bellinzona, 2004.

éclairé, dont le désir d'apprendre et la capacité critique ils, en même temps, revendiquent et fortifient. 2. Ils doivent préserver leur indépendance à l'égard des acteurs politiques et sociaux. 3. Ils doivent se saisir de façon impartiale des demandes et des suggestions du public et, à la lumière de ces thèmes et contributions, exposer le processus politique à une contrainte de légitimation et de réponse aux critiques.» Il se crée dès lors «une structure intermédiaire qui établit le lien entre le système politique d'une part et les secteurs privés de la vie d'autre part».<sup>6</sup>

A quel égard le journalisme peut-il fournir une contribution importante au fonctionnement de la démocratie? Matthias Loretan, chargé de cours à l'université de Fribourg, apporte une réponse:

«Les journalistes doivent disposer dans leur métier complexe d'une compétence factuelle des thèmes dont il s'occupent et plus en générale de compétence en matière de communication. Soit par rapport à leur profession soit dans les thèmes dont ils traitent, ils doivent être à même de 1. percevoir et apprécier des conflits normatifs. 2. Être capables de maintenir en situation de stress les standards réflexifs de leur engagement moral. 3. S'agissant de leur profession, ils doivent être en mesure de déterminer et

de justifier les fonctions du journalisme dans un système social démocratique, afin de faire des maximes de la communication publique un motif guidant l'action et de représenter sa valeur avec courage civique au sein de structures économiques et sociales.»<sup>7</sup>

Comment dès lors préparer les futurs journalistes à leur rôle exigeant au sein de la société? J'ai tenté de trouver une réponse à ma question en interrogeant toutes les institutions de formation (écoles de journalisme et universités) sur leur façon d'aborder le thème de l'éthique journalistique dans l'enseignement et la recherche. Les réponses indiquent que le thème est négligé.

Les institutions se consacrant à la formation manquent de moyens (en personnel comme lors de la distribution de la manne pour la recherche) pour traiter, en plus des aspects pratiques, de manière accrue aussi des questions théoriques. L'accent est mis sur le «know how», alors que le «know why» est totalement ou presque laissé de côté. C'est aussi absurde que si l'on voulait enseigner la science juridique en faisant abstraction de la philosophie du droit ou la médecine sans la bioéthique.

La faute incombe peut-être au fait que divers profils et buts professionnels viennent s'entremêler. Le journalisme a un

objectif très différent de la communication d'entreprise, de l'information du public par les autorités, des relations publiques et davantage encore du marketing.

«Alors que le journalisme est ancré dans le recours à la langue dans un but d'entente et de compréhension, les relations publiques se servent de la langue comme d'un outil en vue d'atteindre des objectifs externes, la plupart du temps économiques ou politiques. Dans la règle, ils ne sont pas ouverts quant au résultat et au discours, mais axés explicitement sur des effets persuasifs. Si, en revanche on considère le journalisme comme l'avocat du discours social, ce rôle doit être rempli en premier lieu sur la base du modèle de la communication et non de la persuasion.»<sup>8</sup>

Il y a certes des analogies quant au «know how», alors que le «know why» est fondamentalement autre. En rassemblant ces disciplines, le risque est de voir les particularités du journalisme mordre la poussière. Les effets négatifs sur la société de l'importance croissante accordée par les médias à la recherche du profit sont de plus en plus apparents. Jürgen Habermas a appelé ce développement la «colonisation de la sphère publique». Les opinions divergent quant à savoir si le processus est irréversible. Des auteurs dans la tradition de Ha-

bermas estiment que la rationalité de la communication (la référence ultime du journalisme à la polis) est certes menacée, mais pas encore perdue à jamais. A leur avis, le journalisme dispose toujours d'un énorme potentiel d'émancipation. Les 76 journalistes tués en 2009 ont sacrifié leur vie en premier lieu en exerçant un journalisme affranchi, inspiré par le sens de la communauté, et non pour un système médiatique qui ne se soucie que des lois régissant l'économie.

Dès lors, j'ai proposé à mes auditrices et auditeurs des institutions de formation de réfléchir aux termes de l'alternative suivante: ou bien intensifier l'enseignement de l'éthique – aux universités précisément il y a place pour l'enseignement et la recherche théorique – et de former à fond les futurs journalistes dans ce domaine également. Ou bien recommander aux futurs agents des médias de se consacrer d'abord à un autre domaine – qu'il s'agisse de droit, d'histoire, de science politique ou économique – et de laisser la formation journalistique proprement dite à des instituts de journalisme spécialisés. La tâche de ces derniers serait de transmettre aux futurs journalistes les fondements théoriques aussi bien qu'une formation axée sur la pratique leur permettant d'assumer le rôle de «fiduciaire du discours public» qui est celui du journalisme.

<sup>6</sup> Jürgen Habermas, Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, Frankfurt a. M., 1992.

<sup>7</sup> Matthias Loretan, Ethik des Öffentlichen. Grundrisse einer Medienethik als Theorie kommunikativer Handelns, in: Adrian Holderegger (Hrsg.), Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven, Freiburg i. Ü., 1999.

<sup>8</sup> Carsten Brosda, Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und medienystemischem Zwang, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2008.

## Président



**Dominique von Burg**  
Carouge, «Tribune de Genève»

## Vice-présidents



**Edy Salmina**  
Comano,  
Radiotelevisione svizzera italiana



**Esther Diener-Morscher**  
Bern, freie Journalistin

## Représentants du public



**Dr. phil. Markus Locher**  
Mittelschullehrer, Basel



**Dr. LL. M. Philip Kübler**  
Rechtsanwalt, Zürich



**Dr. Charles Ridoré**  
Villars-sur-Glâne



**Dr. iur. Peter Liatowitsch**  
Rechtsanwalt, Notar und Mediator  
Basel



**Anne Seydoux**  
Licence en droit, Delémont  
Conseillère aux Etats



**Francesca Snider**  
Avvocato e notaio, Locarno



Journalistes



**Nadia Braendle**  
Genève, Journaliste



**Michel Bühler**  
Orbe, Journaliste libre



**Pascal Fleury**  
Ependes, «La Liberté»



**Luisa Ghiringhelli**  
Lugano, giornalista libera



**Jan Grübler**  
Zürich, Schweizer Radio DRS



**Claudia Landolt Starck**  
Suhr, freie Journalistin

Journalistes



**Pia Horlacher**  
Zürich, «NZZ am Sonntag»



**Klaus Lange**  
Zürich, «SonntagsBlick»

Foto: Sabine Wunderlin



**Sonja Schmidmeister, lic. phil.**  
Rüschlikon, Schweizer Radio DRS



**Dr. Daniel Suter**  
Zürich, Publizist



**Max Trossmann**  
Adliswil, Historiker und Publizist



**Michel Zendali**  
Lausanne, Télévision Suisse Romande

## Secrétariat



**Dr. Martin Künzi**

Interlaken, Fürsprecher

## En vente au

*Schweizer Presserat*

Sekretariat

*Conseil suisse de la presse*

Secrétariat

*Consiglio svizzero della stampa*

Segretariato

Bahnhofstrasse 5, Postfach/Case 201, 3800 Interlaken

Telefon/Téléphone/Telefono: 033 823 12 62

Telefax/Téléfax/Telefax: 033 823 11 18

Website: [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch); E-Mail: [info@presserat.ch](mailto:info@presserat.ch)

Korrektorat: Max Trossmann

Layout: Domino Werbeagentur Interlaken

Druck: Balmer Druck, Interlaken