

Revue annuelle 2019

Revue annuelle 2019
du Conseil suisse de la presse

Jahrheft 2019
des Schweizer Presserates

Annuario 2019
del Consiglio svizzero della stampa

Table de matières

Edito - Dominique von Burg	5
Des procédures plus rapides, davantage d'écoute et un financement solide - Markus Spillmann	7
Rapport annuel 2018 du Conseil suisse de la presse	12
Statistique du Conseil de la presse 2018	18
Statistique 2008-2018	20
Réseaux sociaux et Sites d'information : Le Conseil de la presse élargit son champ de compétence - Dominique von Burg	22
Composition du Conseil de la presse 2019	26

Reconnaître ses erreurs, un gage de crédibilité

de Dominique von Burg
Président du Conseil suisse de la presse



Dominique von Burg

« Le droit à l'information, de même qu'à la libre expression et à la critique, est une des libertés fondamentales de tout être humain. Du droit du public à connaître les faits et les opinions découle l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes. »

Le préambule de la « Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste » place d'emblée le métier de journaliste sous le signe du rapport avec le public. En fait, un contrat implicite les lie : Les journalistes communiquent au public les faits qu'ils observent au bénéfice d'un public qui n'en a ni le temps ni la possibilité. Ils lui dévoilent aussi les faits que d'aucuns voudraient cacher, mais qui sont révélateurs du fonctionnement de la société.

Cependant, les journalistes ne peuvent remplir leur fonction sociale, aussi noble qu'essentielle, qu'à une condition : que le public leur accorde sa confiance. Or on le sait, une partie du public en tout cas est de plus en plus méfiante à l'encontre des médias. Fondamentalement, sans doute, parce qu'à l'ère du conspirationnisme tout discours d'autorité est mis en doute, qu'il s'agisse de l'autorité politique, scientifique ... ou journalistique précisément.

Néanmoins, l'attitude des journalistes eux-mêmes n'est pas toujours faite pour nourrir la confiance souhaitée. En particulier, le fait que ceux dont la fonction est de rechercher la vérité et de la communiquer aient tellement de peine à reconnaître leurs erreurs ne contribue en rien à leur crédibilité. Ne pas reconnaître ses erreurs ne revient-il pas à prétendre à l'infaillibilité ? Et le public n'a-t-il pas raison de se méfier d'une telle prétention ?

Or que les journalistes puissent faire des erreurs, le public le comprend bien. Il sait qu'il a affaire à des généralistes qui traitent quasi quotidiennement des sujets différents. Et que dans ces circonstances, il est tout à fait normal qu'ils puissent se tromper. Ce qui ne l'est pas, c'est de ne pas l'admettre.

Certains médias l'ont compris. Ils reconnaissent leurs erreurs sans tarder et de manière très visible. Il arrive même qu'ils rebondissent positivement pour

instaurer un dialogue avec le public. Un exemple pour les autres médias – malheureusement encore majoritaires – qui s'évertuent à cacher leur « mea culpa » au bas de colonnes sous des titres peu explicites, voire qui négligent tout simplement toute entrée en matière.

Pour ce qui est des contributions journalistiques en ligne, leur correction est évidemment encore plus cruciale, puisque ces informations restent disponibles dans la durée. Mais comme le Conseil de la presse l'a répété à plus d'une occasion, il ne suffit pas de rectifier les dites contributions. Il est préférable de faire une adjonction à la contribution d'origine sans la modifier, afin d'attirer l'attention du public sur l'erreur commise (*voir notamment la prise de position 29/2011*).

Bien sûr, les journalistes garderont, ou regagneront, la confiance du public en premier lieu par la qualité de leurs enquêtes et par l'indépendance dont ils feront preuve face à tous les pouvoirs. Mais la reconnaissance de leur faillibilité y contribuera aussi pour une bonne part, car ils démontreront ainsi qu'ils respectent leur contrat avec le public sans chercher à le tromper.

Des procédures plus rapides, davantage d'écoute et un financement solide

de Markus Spillmann
Président du Conseil de fondation
« Conseil suisse de la presse »



Markus Spillmann

Le Conseil de fondation discute de réformes pour le Conseil suisse de la presse

Pour la première fois depuis bien des années, la fondation du Conseil suisse de la presse dégage de nouveau un excédent en 2018. Ce résultat positif s'explique par une réduction des dépenses, une discipline plus stricte en matière de coûts et des allocations extraordinaires. Mais le problème de fond n'est pas résolu pour autant : la fondation souffre d'un déficit structurel. Le Conseil de fondation discute par conséquent des moyens qui permettraient au Conseil de la presse de rester durablement en place.

Oscar Wilde a naguère raillé le fait que le journalisme justifie son existence par le grand principe darwinien de la loi du plus vulgaire. C'est, comme souvent chez Wilde, de l'ironie pure. Mais elle a peut-être, sous deux aspects, un fond de vérité : premièrement, le journalisme ne jouit pas de la meilleure des réputations ; deuxièmement, la profession n'y est pas tout à fait pour rien. Comme sans doute jamais dans son histoire, le journalisme est mis au défi dans sa raison d'être et son importance par les mutations économiques, technologiques et sociétales.

Un fossé entre prétention et réalité

Les journalistes, les rédactions et les éditeurs de presse devraient, en réaction, se remémorer quelques principes qui ont cours dans ce métier : que le bon journalisme aspire au respect, non, au grand jamais, à la gloire et aux paillettes. Que les journalistes critiques contribuent davantage à la vivacité

de la culture du débat que les gentils. Et qu'un éditeur de presse ne devrait pas se concentrer en priorité sur son image, mais sur les moyens d'assurer l'existence d'un journalisme animé par des valeurs. Il faut notamment, dit autrement, qu'une rédaction puisse travailler de manière libre et indépendante et employer des journalistes bien formés.

Nous savons tous aujourd'hui qu'il existe souvent un fossé entre prétention et réalité dans ce métier. L'empêcher de se creuser relève d'une assurance qualité au sens large. Celle-ci inclut notamment la préservation de la responsabilité professionnelle et éthique.

En Suisse, cette responsabilité se répartit pour l'essentiel entre deux niveaux : celui des différents éditeurs de presse, qui adoptent à l'interne des directives sous la forme de statuts rédactionnels. Et celui de la branche sous la forme de l'autorégulation collective assurée par le Conseil suisse de la presse avec sa « Déclaration des devoirs et des droits du / de la journaliste », son code de déontologie.

Il est possible de porter plainte contre les atteintes présumées au code de déontologie. A ce droit correspond un devoir des journalistes de rendre des comptes au public et aux personnes et entreprises concernées par leur travail.

8

Une autorégulation lacunaire

Dans un article publié récemment dans les « Studies in Communication and Media », les chercheuses Silke Fürst et Philomen Schönhagen, du Département des sciences de la communication et des médias de l'Université de Fribourg, qualifient de lacunaire en Suisse l'autorégulation éthique des médias. Selon elles, elle ne satisfait pas ou plus aux exigences du public au vu de « l'économisation » du paysage médiatique et de la concentration des médias, aussi bien en Suisse qu'en comparaison internationale. Les auteures critiquent notamment, à partir de constatations empiriques sur des conditions de travail qui se dégradent dans le journalisme suisse, une insistance trop prononcée sur l'éthique individuelle dans le respect des droits et des devoirs, la quasi absence de responsabilisation des organisations et des cadres des médias dans la mise en application des principes éthiques et la réglementation spongieuse, voire inexistante, dans le domaine du compte rendu des questions touchant sa propre entreprise ou des questions éthiques et politiques ayant trait aux intérêts entrepreneuriaux.

Je suis loin de partager toutes les constatations de ce travail, mais je crois qu'il met en lumière quelques points intéressants et qui, surtout, méritent réflexion. Car je suis moi aussi d'avis que la préservation et la mise en application des principes éthiques dans le journalisme suisse, à l'âge des fake news et au vu de l'accumulation des attaques généralisées subies par les médias, doivent être encore renforcées, même dans des démocraties arrivées à maturité, et qu'elles peuvent aussi être améliorées au vu des mutations drama-

tiques que traverse le marché des médias. Il faudrait toutefois, pour ce faire, que toutes les parties aient la volonté de s'engager ensemble pour la qualité et la réputation du journalisme. Cette volonté semble loin d'être inépuisable aujourd'hui.

Le Conseil de la presse ne doit pas être une organisation du « nice-to-have », mais du « must-be ». Ses interlocuteurs ne doivent pas se contenter de prendre connaissance de ses considérations, mais les faire entrer dans la vie quotidienne des rédactions et des journalistes. Il faut que celui que le Conseil de la presse blâme « rougisse ». Et que ceux qui n'essuient aucun blâme se réjouissent de cette distinction honorant un travail correct et propre en termes éthiques.

Tout ça ne peut se réaliser que si le Conseil de la presse est respecté en tant qu'institution, suffisamment bien financé, non seulement connu du grand public, mais aussi présent, et que ses processus internes sont organisés de telle manière que la charge de ses membres, qui travaillent largement à titre honorifique, reste supportable et que le plaignant puisse espérer obtenir que son cas soit examiné de manière équitable et compréhensible dans un délai utile.

9

Des débats réformateurs nécessaires

La présidence du Conseil suisse de la presse a ouvert un débat sur les réformes possibles au vu de la concentration accélérée du marché de la presse suisse, de la fragilité du financement du Conseil de la presse et des changements d'habitude rapides et radicaux des consommateurs de médias. Le Conseil de la presse s'est fixé pour but de concrétiser et d'adopter son projet de réforme d'ici la fin de l'année.

Il s'agit notamment de tirer au clair la manière dont le Conseil de la presse pourra davantage prendre position de façon proactive sur les questions touchant à la profession et à l'éthique des médias sans préjuger d'éventuelles plaintes portées ultérieurement dans la même affaire. Il faut examiner comment réduire le coût et la durée de la procédure sans menacer la qualité, aujourd'hui incontestée, du traitement des plaintes. Comment le Conseil de la presse peut-il participer mieux encore à la formation initiale et continue des journalistes afin d'assurer et d'améliorer constamment la qualité ? Quel rôle le Conseil de la presse pourrait-il jouer dans la distinction des articles de presse des contenus non ou parajournalistiques, qui ne seront plus uniquement diffusés à l'avenir par un seul et même organe de presse, mais parviendront au consommateur final isolément, à la demande et via des intermédiaires ? Et quelles fonctions le Conseil de la presse pourrait-il endosser à titre compensatoire et contre rémunération pour différents éditeurs de presse qui se permettent encore aujourd'hui des structures d'assurance qualité, des services de médiation et des services juridiques parfois coûteux ?

Et il faut – d’urgence – chercher et trouver des solutions pour stabiliser durablement le financement du Conseil de la presse. Le Conseil suisse de la presse est un organe d’autorégulation, mais il fournit aussi une contribution indispensable au service public dans ce pays. La possibilité des plaintes individuelles, qui reste gratuite pour les individus qui ne se font pas assister par un avocat, est toujours au service de la société dans son ensemble. Le Conseil de la presse assure que l’information du public, si importante au plan démocratique et politique, obéisse à certains standards. Il prévient l’ensauvagement du marché de la presse, tel qu’il progresse à un rythme inquiétant dans d’autres Etats, y compris dans des démocraties avérées.

Bref : les débats sur la réforme doivent aboutir à des mesures concrètes donnant au Conseil de la presse une efficacité plus grande et par conséquent plus de rayonnement et le positionnant en tant qu’instance incontestée et largement acceptée dans les questions d’éthique de la profession et des médias en Suisse. Un principe doit ce faisant rester intact : le code de déontologie, en tant qu’engagement des journalistes envers des droits et des devoirs acceptés par tous.

10 Judicieux, parce qu’autodéterminé

Cet investissement dans une assurance qualité pour l’ensemble de la branche, répondant aux exigences d’un paysage médiatique moderne et de plus en plus fragmenté, sert de la manière la plus élémentaire qui soit la crédibilité du journalisme. Celle-ci est importante pour la profession ; elle l’est pour chaque organe de presse, parce qu’elle influence directement la disposition des clients à payer ; elle l’est pour la société et son débat démocratique.

C’est pourquoi il est vraiment dans l’intérêt des journalistes, des éditeurs et des managers, des milieux politiques et du public, que l’éthique professionnelle et médiatique soit garantie en tant qu’élément d’une assurance qualité globale dans l’entreprise médiatique. Il vaut la peine de renforcer le Conseil suisse de la presse, en tant qu’organe d’autocontrôle, que prestataire de services pour le public, qu’élément indispensable du service public.

Il tombe sous le sens d’entendre le Conseil suisse de la presse comme une institution à l’empreinte helvétique éprouvée : non comme un tribunal, mais comme une instance chargée d’apprécier professionnellement et matériellement les méthodes de travail des journalistes et les plaintes relatives à l’éthique de la profession et des médias, composée de praticiens et de représentants du public, portée par la branche et le public, sur la base d’une définition commune, le code de déontologie.

Ainsi – le cercle ouvert avec la citation d’Oscar Wilde se referme – pourrait-on couper l’herbe sous le pied des demandes politiques et sociétales de régulation étatique globale des organes de presse motivées par les critiques toujours plus virulentes qui visent leurs prestations.

Rapport annuel 2018 du Conseil suisse de la presse

2018 restera pour le Conseil de la presse l'année où après un long travail de réflexion, il a décidé d'élargir son champ de compétence pour tenir compte de l'évolution des médias. (*Prises de position fondamentales 1/2019 et 2/2019*)

D'une part les journalistes n'ont plus forcément besoin d'appartenir à une rédaction pour informer le public dans son ensemble. Ainsi, ils pourront dorénavant être tenus responsables individuellement de leurs écrits, de leurs paroles ou de leurs images. Et même en s'exprimant sur les réseaux sociaux, ils seront en principe tenus de respecter les règles déontologiques de la profession. Même si dans ce dernier cas, il faudra appliquer le principe de la proportionnalité en tenant compte des spécificités des réseaux sociaux (spontanéité, liberté d'expression très large).

D'autre part, les sites d'information se multipliant sur l'Internet, la question se pose de savoir pour lesquels le Conseil de la presse est compétent. Jusqu'à présent, le CSP tranchait cette question en s'appuyant sur la déclaration des auteurs d'un site quant à leur qualité de journalistes ou non. Cette posture étant jugée insuffisante, le Conseil de la presse jugera dorénavant lui-même de la nature journalistique ou non d'un site. Etant entendu que les contenus de pure propagande ne seront pas considérés comme tels.

A souligner que le Conseil de la presse a agi suite au mandat du Conseil de fondation, lequel a validé les modifications réglementaires découlant de cet élargissement du champ de compétence du CSP. Evidemment, c'est au fil de sa pratique que le Conseil de la presse affinera les notions définies dans ses avis fondamentaux 1/2019 et 2/2019. Mais en élargissant son champ d'intervention, le Conseil de la presse entend d'une part renforcer la crédibilité des journalistes, d'autre part constituer pour le public un instrument de reconnaissance des sites d'information véritablement journalistiques.

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

L'« explosion » du nombre de plaintes constatée en 2017 s'est renouvelée, puisqu'en 2018 le Conseil de la presse a enregistré 115 plaintes. Il semble donc qu'un nouveau cap a été franchi dans l'intérêt du public : le nombre de plaintes n'avait dépassé la centaine avant 2017 qu'une seule fois.

Pour ce qui est de ses prises de position, le Conseil de la presse en a publié 62 en 2018. De plus, 21 décisions de non entrée en matière ont été communiquées directement au plaignant, sans faire l'objet d'une prise de position, en application de l'article 11, al 3 du règlement du CSP. Cela constitue un léger mieux par rapport à ces deux dernières années, mais c'est encore insuffisant pour réduire de manière décisive les dossiers en suspens.

Dans l'ensemble, 19 plaintes n'ont pas eu de suite (suspensions, retraits ou non confirmations, plaintes réunies). La présidence a traité 56 plaintes, les chambres 25. De ces dernières, 2 ont été transmises au plénum pour délibération finale. Pour rappel, la présidence ne transmet pas aux Chambres les cas qui ne présentent aucune nouveauté par rapport aux affaires déjà jugées par le Conseil de la presse. La présidence se charge aussi, sauf exception, des plaintes sur lesquelles le CSP n'entre pas en matière.

Sur les plaintes traitées par le Conseil de la presse, 28 ont été rejetées, 20 autres acceptées (dont 14 partiellement).

Quant aux 35 décisions de non entrée en matière (14 faisant l'objet d'un avis, 21 non) elles sont motivées comme suit : Manifestement infondées, 27 ; hors délai, 3 ; cas n'étant pas de la compétence du CSP, 3 ; et enfin 1 cas de plainte parallèle et 1 autre de peu d'importance et ayant fait l'objet d'une correction rédactionnelle.

II. Motifs de plainte et de violation

1. Motifs de plainte

Nous avons renoncé cette année à recenser les motifs de plainte.

En effet, il y a beaucoup de redondance dans ces chiffres. Mais surtout, de trop nombreuses plaintes sont à notre avis indiscriminées, car elles invoquent sans fondement de trop nombreux chiffres de la « Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste ». Il en résulte un recensement à la fois fastidieux et peu significatif.

2. Motifs de violation

Les violations constatées en 2018 par le Conseil de la presse se répartissent ainsi quant à leur motif :

- 12 violations du chiffre 3, soit : audition en cas de reproche grave (5), sources (3), dénaturation d'une information (2), omission d'éléments d'information (1), graphique incorrect (1)
- 11 violations du chiffre 1 (rechercher la vérité)
- 6 violations du chiffre 7 (vie privée), soit : identification (3), présomption d'innocence (1), sphère privée (1), protection des enfants (1)
- 5 violations du chiffre 5 (devoir de rectification)
- 1 violation du chiffre 8 (discrimination)
- 1 violation du chiffre 4 (méthodes déloyales)
- 1 violation du principe d'équité (fairness) énoncé dans le préambule des devoirs

III. Sélection de quelques avis significatifs

Une photo d'enfants morts peut être digne

« Blick.ch » publie la photo de deux enfants morts dans les bras de leur père après une attaque au gaz toxique en Syrie. Une plaignante estime que ce document porte atteinte à la vie privée et à la dignité des deux enfants, puisqu'ils sont reconnaissables. C'est aussi l'avis d'une minorité du Conseil de la presse. La majorité toutefois – après discussion en séance plénière – estime qu'on se trouve en présence d'un document de l'histoire contemporaine, et que la photo est tout à fait respectueuse des personnes. Dans ce cas, l'intérêt public d'une publication qui illustre la cruauté d'une guerre pour les civils doit être placée au-dessus de la sphère privée des personnes représentées. De plus, le père était visiblement d'accord avec la prise de cette image. (30/2018)

Trop de détails non essentiels à la compréhension violent la protection de la vie privée d'un prévenu

En juillet 2017, « Le Matin Dimanche » publie un article qui relate une agression sur deux trentenaires – qui ont été très grièvement blessés – par six jeunes hommes, dans un quartier de Genève. Dans son enquête de proximité, « Le Matin Dimanche » dévoile de nombreux détails sur un des agresseurs – qui saisit le Conseil de la presse : son origine, son âge, ses études, sa grande taille, le sport qu'il pratique, son lieu d'habitation, sa famille, ses liens d'amitié ainsi que son surnom. Le Conseil de la presse, se conformant à sa jurisprudence,

rappelle qu'il convient de ne pas dévoiler des aspects peu pertinents et dont l'accumulation risque de faciliter une identification, et d'élargir par trop l'entourage pour qui l'auteur présumé est identifiable. Même prévenu d'un très grave délit, son auteur a droit à la protection de sa vie privée. (12/2018)

La même question est au centre d'une plainte contre « Blick » suite à des articles consacrés à un réalisateur de cinéma prévenu de viol et de contrainte sexuelle à l'encontre d'un enfant. Le journal indique le prénom et l'initiale de son nom, son âge, sa région d'origine, la région où il habite maintenant et quelques faits sur son travail cinématographique. Le journal publie aussi une photo de X., le visage caché par un bandeau. Toutes ces informations réunies permettent trop facilement de l'identifier. Puis, en rendant compte du jugement, le journal omet de signaler que ce jugement n'est pas encore en force, violant ainsi également le principe de la présomption d'innocence. (6/2018)

Des titres peuvent violer le devoir de rechercher la vérité

Dans sa jurisprudence, le Conseil de la presse admet qu'un titre puisse représenter une hyperbole. Il ne doit néanmoins pas affirmer ou inférer de graves contrevérités, comme l'illustrent les deux cas suivants :

Parlant du bateau du mouvement identitaire européen qui cherche à interrompre le flot de réfugiés à travers la Méditerranée, « Blick » titre : « Nazi-Schiff will Flüchtlingsboote stoppen ». Pour le Conseil de la presse, le recours au terme « nazi » représente une allégation grave et inadmissible. On ne peut pas sans autre taxer un mouvement, fût-il d'extrême droite, de « nazi », et cela sans apporter le moindre élément qui justifierait ce qualificatif. (39/2018)

Quant à la « SonntagsZeitung », elle rend compte dans une enquête d'accusations de fraude dans le vote sur l'appartenance cantonale de Moutier. L'article mentionne une étude documentant des faits de tourisme électoral, des faits appuyés par l'enquête du journal. Le Conseil de la presse juge que le contenu de l'article n'est pas critiquable, contrairement au titre : « Bananenrepublik Moutier ». En effet, ce titre suggère sans nullement l'étayer que la ville serait gangrénée par la corruption, la vénalité et l'arbitraire étatique. Pour le CSP, un tel titre dépasse les hyperboles admissibles. (20/2018)

Le Conseil de la presse défend le principe d'équité (fairness)

Le responsable de la politique de la santé chez Economie Suisse signe une tribune libre dans le « Bulletin des médecins suisses », intitulée : « Wirtschaft bringt Gesundheit » (l'économie et la santé vont de pair). Jugeant ce texte simplificateur, la rédaction le fait précéder d'un bref texte introductif, où elle évoque ses réserves et recommande la lecture d'un commentaire critique publié dans le même numéro. La rédaction a certes le droit de le faire, mais

l'auteur de la tribune libre n'a pas été informé de ces réserves de la part de la rédaction. Le Conseil suisse de la presse estime qu'il y a là une atteinte au principe d'équité (fairness) requis dans le préambule des « devoirs » des journalistes dans le code déontologique. (16/2018)

Toutes les prises de position du Conseil de la presse peuvent être consultées sur www.presserat.ch

IV. Modifications du règlement

Comme je l'ai expliqué en introduction au présent rapport, le Conseil de fondation a modifié l'article 2 (compétence) du règlement du Conseil de la presse. Le nouveau libellé de l'art 2 est le suivant :

« La compétence du Conseil suisse de la presse s'étend – indépendamment du support de la publication – à la partie rédactionnelle des médias publics liés à l'actualité, ainsi qu'aux contenus journalistiques publiés individuellement. »

Par ailleurs, à la demande du Conseil de la presse, le Conseil de fondation a modifié l'article du règlement concernant les autosaisies. L'art 11, al. 2 est désormais libellé comme suit :

« Pour autant que des questions déontologiques fondamentales soient soulevées ou qu'un compte rendu contesté suscite un large débat public, le Conseil suisse de la presse peut entrer en matière sur des plaintes même si une procédure du droit audiovisuel ou une procédure judiciaire a été engagée (ou est envisagée) par le plaignant en rapport avec l'objet de la plainte, ou qu'une telle démarche est initiée pendant la procédure devant le Conseil de la presse. » (changement en italique)

V. Communication

Des membres du CSP ont rendu visite à dix rédactions au cours de l'année écoulée. Par ailleurs, dix personnes ont fait usage de la possibilité offerte aux journalistes ou aux personnes proches des médias d'assister aux délibérations d'une Chambre du Conseil de la presse. Ceux qui souhaitent le faire trouveront toutes les indications utiles sur www.presserat.ch.

En revanche, le Conseil de la presse n'a pas encore mis sur pied son groupe d' « ambassadeurs », qui devrait assurer une meilleure réactivité, ni n'a réalisé ses projets de présence plus active sur les réseaux sociaux.

VI. Rencontre de l'AIPCE à Helsinki

La traditionnelle rencontre de l'Alliance des Conseils de la presse indépendants européens (AIPCE) s'est déroulée en octobre à Helsinki, à l'occasion du 50e anniversaire du Conseil finnois. A noter en particulier les initiatives de nos collègues finnois pour labelliser les médias respectueux des règles déontologiques. Une bonne partie de la rencontre a par ailleurs été consacrée aux rapports entre les algorithmes et l'éthique des médias. La rencontre 2019 aura lieu à Tbilissi, capitale de la Géorgie.

Dominique von Burg
Président du Conseil suisse de la presse

Statistique du Conseil de la presse 2018

	Total	Suisse alémanique	Suisse romande	Suisse italienne	Journaux	Magazines	Radio SSR	TV SSR	Radio privée	TV privée	Internet	Agences
Procédures pendantes le 1er janvier	68	53	8	7	57	7	0	1	0	1	2	0
Cas d'autosaisine	0											
Nouvelles plaintes	115	81	30	4	90	6	2	5	2	2	8	0
Plaintes retirées	19	9	4	6	17	0	0	0	1	1	0	0
Non entrée en matière avec prise de position	14	13	1	0	12	1	0	0	0	0	1	0
Non entrée en matière sans prise de position	21	16	3	2	14	4	2	1	0	0	0	0
Plaintes admises	6	5	0	1	5	1	0	0	0	0	0	0
Plaintes partiellement admises	14	12	2	0	14	0	0	0	0	0	0	0
Plaintes rejetées	28	19	9	0	22	3	0	0	0	0	3	0
Prises de position de cas d'autosaisine	0											
Procédures présidentielles	56	46	8	2	44	8	2	1	0	0	1	0
Procédures dans les Chambres	25	17	7	1	22	1	0	0	0	0	2	0
Procédures devant le plénum	2	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Total des prises de position	62	49	12	1	53	5	0	0	0	0	4	0
Total des procédures liquidées	102	74	19	9	84	9	2	1	1	1	4	0
Procédures pendantes le 31 décembre	81	60	19	2	63	4	0	5	1	2	6	0

Statistique 2008-2018

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Procédures pendantes le 1er janvier	38	34	25	30	28	32	27	47	60	31	68
Cas d'autosaisine	1	1	1	3	1	0	0	2	0	0	0
Nouvelles plaintes	81	74	83	82	95	86	70	85	48	127	115
Plaintes retirées	20	12	14	15	14	18	6	4	9	9	19
Non entrée en matière avec prise de position	17	19	14	14	20	30	16	36	13	11	14
Non entrée en matière sans prise de position	0	0	0	0	0	0	0	0	17	18	21
Plaintes admises	8	6	12	14	9	11	2	3	8	5	6
Plaintes partiellement admises	8	17	15	18	24	12	9	10	10	15	14
Plaintes rejetées	32	29	21	23	24	20	17	17	20	32	28
Prises de position de cas d'autosaisine	1	1	3	3	1	0	0	2	0	0	0
Procédures présidentielles	56	54	55	52	57	67	33	43	50	51	56
Procédures dans les Chambres	30	30	23	30	33	24	17	18	16	29	25
Procédures devant le plénum	0	0	1	5	1	0	0	2	2	1	2
Total des prises de position	66	72	65	72	78	73	44	60	51	53	62
Total des procédures liquidées	86	84	79	87	92	91	50	67	77	90	102
Procédures pendantes le 31 décembre	34	25	30	28	32	27	47	60	31	68	81

Remarque concernant la différence (10) entre le total des avis (53) et la somme des non entrées en matière avec prise de position, des plaintes acceptées totalement et partiellement (63) en 2017: Un plaignant a déposé 10 plaintes, qui ont été traitées dans une seule prise de position.

Réseaux sociaux et Sites d'information : Le Conseil de la presse élargit son champ de compétence

de Dominique von Burg
Président du Conseil suisse de la presse



Dominique von Burg

Le panorama médiatique a subi les bouleversements que l'on sait. Les sites d'information ou de propagande se multiplient sur la toile. Les journalistes eux-mêmes ne doivent plus se soumettre à un contrôle rédactionnel quand ils s'expriment sur un blog, sur Twitter, Facebook ou autres. Une évolution qui a mené le Conseil de la presse de Suisse à élargir le champ déontologique de la profession.

Lors de la création du Conseil de la presse dans les années 70, le paysage médiatique était limpide. Les journalistes étaient seuls à pouvoir informer le public dans son ensemble, et ils ne pouvaient le faire qu'au travers des médias dits classiques : presse, radio et télévision. Logiquement, les rédactions de ces médias portaient donc la responsabilité du respect de la déontologie professionnelle, plus précisément de la *Déclaration des devoirs et des droits du / de la journaliste*. Le cas échéant, le Conseil de la presse¹ adressait ses remontrances (sans pouvoir de sanction) pour non respect de la *Déclaration* à tel journal, telle radio ou telle chaîne de télévision.

Mais l'évolution actuelle du monde des médias pose questions, en premier au Conseil de la presse. Étant entendu que les règles déontologiques des journalistes ne sauraient s'appliquer à toute publication, comment délimiter le champ de compétence dudit Conseil ? Une réponse possible – et

¹ Chacun peut saisir le Conseil de la presse, sans nécessairement être visé par la production journalistique contestée. Tous les avis du Conseil de la presse, ainsi que sa composition et son règlement, peuvent être consultés sur www.presserat.ch

confortable – aurait été de continuer à se limiter aux médias dits classiques et à leurs sites, mais elle mènerait tôt ou tard à l'obsolescence du Conseil.

Après un débat interne nourri, celui-ci a choisi d'élargir son champ de compétence. Depuis le 1er janvier de cette année, son règlement (art. 2) stipule : « La compétence du Conseil suisse de la presse s'étend – indépendamment du support de la publication – à la partie rédactionnelle des médias publics liés à l'actualité, ainsi qu'aux contenus journalistiques publiés individuellement. » Simultanément, il a publié deux prises de position fondamentales qui explicitent ces élargissements. La première est consacrée à la « multiplication des sites d'information sur l'Internet », la seconde aux « journalistes sur les réseaux sociaux ».

Aussi sur les réseaux sociaux

Les journalistes auraient donc des obligations déontologiques quand ils s'expriment individuellement hors des médias qui les emploient, par exemple sur les réseaux sociaux ? Oui, répond le Conseil. Mais il apporte quelques nuances : « 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. » Il est aussi évident que « les règles déontologiques ne s'appliquent pas quand les journalistes s'expriment sur des sujets touchant à leur vie privée ».

Au gré de ses prises de position à venir, le Conseil de la presse affinera sa ligne de conduite. Il n'en demeure pas moins qu'à ses yeux les journalistes ne doivent pas jouir d'une liberté d'expression absolue quand ils s'expriment sur les réseaux sociaux sur des sujets d'intérêt public. Car il est primordial de garder des exigences de véracité et de responsabilité pour défendre leur crédibilité. D'ailleurs, fait remarquer le Conseil, le code déontologique se réfère aux droits et devoirs des journalistes, et non des médias. Mais surtout, en ces temps de *post-vérité* et autres *fake news*, tout doit concourir à renforcer la crédibilité des journalistes aux yeux du public.

Trier le bon grain de l'ivraie

Cette réflexion nous mène à l'autre prise de position fondamentale du Conseil de la presse. À l'heure où les sites d'information de tous poils fleurissent sur la toile, comment identifier ceux qui entrent dans le champ de compétence du Conseil ? Autrement dit : quels sont les sites qui informent dans le respect des règles professionnelles journalistiques, et que le public doit pouvoir considérer comme dignes de confiance ?

Jusqu'en 2019, le Conseil ne considérait une plainte contre un site d'information que si ce dernier se réclamait du journalisme. Une attitude qu'il a

jugée insatisfaisante car elle signifiait que celui qui déclarait se libérer des règles déontologiques pouvait le faire, indépendamment de la manière dont il était perçu par le public. En déterminant, au gré des plaintes et au cas par cas, si un site peut être considéré comme obéissant aux règles professionnelles du journalisme, le Conseil de la presse devrait permettre au public de mieux situer la valeur de l'information qui lui est transmise.

Cette préoccupation rejoint d'ailleurs d'autres actions, notamment la *Journalism Trust Initiative* lancée par Reporters sans frontières (RSF) et ses partenaires, l'Agence France-Presse (AFP), l'Union européenne de radio-télévision (UER) et le Global Editors Network (GEN). Cette initiative « consiste à créer un référentiel pour le journalisme sous la forme d'indicateurs sur la transparence des médias, l'indépendance éditoriale, la mise en œuvre de méthodes journalistiques et le respect des règles déontologiques. (...) Ces normes sont destinées à devenir une référence en matière d'autorégulation des médias et de bonnes pratiques pour tous ceux qui produisent des contenus journalistiques, qu'il s'agisse de blogueurs ou de groupes de médias internationaux. »²

Cette tendance générale à la « certification » a pour objectif de lutter contre les fausses informations qui circulent sur Internet et dont on sait qu'elles se propagent sur les réseaux sociaux plus rapidement que les informations avérées et documentées.

24

De la crédibilité du journalisme

Aux yeux d'une bonne partie du public, le journalisme n'est plus crédible. Ce phénomène participe bien sûr du discrédit général des « élites » et du triomphe de la notion de *post-vérité*. La véracité des faits n'importe plus. C'est la sincérité d'une affirmation, même évidemment fausse, qui est déterminante. L'expertise est décriée. N'importe quelle opinion en vaut une autre.

Ce climat n'est évidemment guère propice au journalisme et à son exigence d'indépendance, de recherche de vérité, de vérification des faits. Néanmoins les journalistes doivent aussi se demander s'ils n'ont pas eux-mêmes contribué à créer ce désamour auprès de l'opinion.

Ces professionnels, qui revendiquent à raison le droit et le devoir de critiquer, se révèlent très chatouilleux quand on se permet de les mettre en doute. Ils devraient se demander si le public n'a pas raison quand il a l'impression que tous les médias traitent des mêmes sujets, enfoncent les mêmes portes. Plus simplement, pourquoi les journalistes ont-ils tellement de peine à admettre ouvertement qu'ils se sont trompés ? Et même dans leur fonction la plus noble de « chiens de garde de la démocratie », suivant l'expression de la Cour européenne des droits de l'homme, leur proximité des lieux de pouvoir est-elle le meilleur garant ?

² Déclaration d'intention de la *Journalism Trust Initiative* du 3 avril 2018

Plus fondamentalement encore, je pense que la prétention des journalistes à une « neutralité de point de vue » n'est plus crédible. Succédant dans la deuxième moitié du siècle dernier à la presse d'opinion, les médias dits d'information ont eu leur raison d'être. Aujourd'hui, cette prétention est suspecte. Suspecte de vouloir imposer un point de vue. Ou, pire encore, de vouloir faire la leçon.

La bonne enquête journalistique a toujours consisté à multiplier les points de vue. Le respect du public ne consiste-t-il pas en plus à jouer cartes sur table ? À assumer sa subjectivité, à expliciter les étapes d'une démarche journalistique. Il est temps de faire succéder au journalisme prétendument neutre un journalisme modeste et transparent, le mieux à même de nouer un dialogue avec le public.

Ce texte a été publié dans la revue *Choisir* d'avril-juin 2019.

25

Composition du Conseil de la presse 2019

Président

Dominique von Burg
Carouge, ancien rédacteur en chef
de la « Tribune de Genève »



Vice-présidents

Francesca Snider
Locarno, Avvocato e notaio



Lic. phil. Max Trossmann
Adliswil, Historiker und Publizist



Représentants du public

Prof. Dr. Annik Dubied
Neuchâtel, directrice de l'Académie
du journalisme et des médias,
Université de Neuchâtel



Dr. phil. I Michael Herzka
Zürich, Leiter Movendo,
Bildungsinstitut der Gewerkschaften



Dr. phil. Markus Locher
Basel, Lehrer Wirtschaftsschule
Reinach



Mélanie Pitteloud
Martigny, Ethnologin



Journalistes

Sonia Arnal
Lausanne, rédactrice en chef
« Femina »



Annika Bangerter
Basel, Redaktorin «Leben und
Wissen» CH Media



Michel Bühler
Orbe, photographe et
journaliste libre



Klaus Lange
Zürich, Textdirector
« SonntagsBlick »



François Mauron
Villars-sur-Glâne, journaliste
« La Liberté »



Marianne Biber
Bern, Französischsprachige
Inlandchefin der SDA



Ursin Cadisch
Chur, Social Media Radiotevisiun
Svizra Rumantscha RTR



Francesca Luvini
Lugano, giornalista Radiotelevisione
Svizzera



Simone Rau
Zürich, Reporterin Recherchedesk
Tamedia



Dennis Bühler
Bern, Bundeshausredaktor
« Republik »



Jan Grüebler
Zürich, Dienstleiter Nachrichten SRF



Denis Masméjan
Pully, journaliste, secrétaire général
de RSF Suisse



Casper Selg
Bern, Freier Journalist



Directrice

Ursina Wey
Bern, Rechtsanwältin



30

Impressum

Conseil suisse de la presse
Secrétariat de direction
Schweizer Presserat
Geschäftsstelle
Consiglio svizzero della stampa
Segretariato
Münzgraben 6, 3011 Bern
Telefon / Téléphone / Telefono : 033 823 12 62
Website : www.presserat.ch
E-Mail : info@presserat.ch
Correction : Max Trossmann
Layout : Büro Oh, buero-oh.ch

