

La France finira-t-elle par se doter d'un Conseil de presse ?

Nathalie DOLLÉ

Journaliste
Membre de l'Alliance
internationale de journalistes
responsables et de l'APCP
(Association de préfiguration
d'un Conseil de presse
en France)
nath.dolle@gmail.com

Le Conseil de presse, né en Suède en 1916, reste l'un des outils de régulation les plus connus. En 2007, Claude-Jean Bertrand¹ dénombre quelque 89 « instances non gouvernementales de régulation des médias » à travers le monde. Leur composition et leur fonctionnement sont variés, l'augmentation de leur nombre est constante. Ces instances existent dans toutes les démocraties nordiques ou anglo-saxonnes et aussi bien en Israël (depuis 1963), au Chili (1991), en Tanzanie (1997) qu'en Estonie (2001) : « *Il aura fallu 50 ans pour que le concept décolle et qu'il ne soit plus considéré comme une menace pour la liberté de la presse mais au contraire comme un outil pour la protéger*². »

Mais la France ne possède toujours aucun organe qui se rapprocherait d'un Conseil de presse : « *Depuis plus d'un siècle pourtant, les journalistes français discutent d'une "instance de régulation", pour utiliser une expression moderne. L'idée d'un tribunal d'honneur professionnel est émise dès 1898 à la création du Comité général des associations de la presse française. Elle est ensuite fortement défendue par le Syndicat national des journalistes dans les années 1920 et 1930, avant le vote de la loi sur le statut des journalistes en 1935. Pendant la guerre et à la Libération, la Résistance française veut moraliser la presse qu'elle estime corrompue et trop dépendante "de la puissance gouvernementale et des puissances d'argent". En 1946, la Fédération nationale de la presse*

française, organisme patronal, prévoit une "cour d'honneur de la presse". L'occasion historique sera manquée, aucune instance déontologique, aucun statut de la presse ne verront le jour. Les politiques et la société civile, au début des années 1990, relancent le débat sur la nécessité d'une telle organisation, relayés notamment par le rapport Vistel en 1993, puis l'avis de la Commission nationale consultative des Droits de l'Homme en 1995 et celui du Conseil économique et social la même année. Rien n'y fait, les syndicats de journalistes comme les organismes patronaux font les morts ou s'opposent violemment à toute réflexion sur le sujet. La presse s'arc-boute sur son fantasme de liberté individuelle totale et refuse le principe d'une discipline collective » (Yves Agnès)³.

Cette alliance objective entre une profession et ses employeurs n'a jamais été non plus dénoncée par le public. Les lecteurs, auditeurs, téléspectateurs ne font plus confiance aux journalistes mais ne sont pas prêts, dans leur large majorité, à s'associer à eux pour tenter de bâtir de nouvelles relations.

Ensemble pour davantage de qualité

Pourtant, c'est sans doute la qualité de la presse qui la sauvera. À l'heure où les outils techniques de communication sont devenus bon marché et d'utilisation facile, à l'heure de la multiplication des canaux de diffusion, à l'heure du « tout participatif », les journalistes professionnels, les patrons de presse et le public doivent comprendre qu'ils ont tout à gagner d'une information fiable, sérieuse et responsable. Quand les normes de qualité, quand « la responsabilité sociale des entreprises » s'imposent progressivement dans tous les secteurs, l'industrie, les services ou l'agriculture, pourquoi celui de la presse en serait-il exempté ? Même le marketing le plus obtus prend aujourd'hui en compte l'opinion des clients en les faisant « participer » ! Comment la presse, qui est certes une marchandise mais aussi un service public, comment l'information, qui est devenue un droit, pourraient-elles se passer d'une instance de régulation démocratique ? d'un espace d'échange constructif ?

Un exemple tout récent montre bien l'utilité d'un Conseil de presse dans la lutte pour une information de qualité. À partir de cinq cas précis, l'association de journalistes suisses « info-en-danger⁴ », après avoir rédigé une pétition signée par le tiers des journalistes romands, a déposé plainte auprès du Conseil de presse pour collusion entre information et publicité. L'instance de régulation helvète a pris la décision de rendre un « avis général » qui non seulement reconnaît et prend en compte les inquiétudes des plaignants, mais propose une série de consignes claires pour éviter la confusion des genres « journalistiques » et « publicitaires⁵ ».

Comme l'ont démontré les trois enquêtes des « British Royal Commissions on the Press », celle de la « Commission Hutchins » et enfin celle de la « 20th Century Fund » aux États-Unis, les Conseils de presse présentent l'avantage de créer un lien inédit entre « *les gens qui ont le pouvoir d'informer, ceux qui possèdent le talent d'informer et ceux qui ont le droit d'être informés* » (Claude-Jean Bertrand). Au-delà du simple traitement des plaintes, le Conseil de presse devient un symbole de démocratie puisque sa nature et son fonctionnement se fondent sur des liens réciproques et égalitaires entre propriétaires de presse, journalistes et public. Il atteste de la possibilité de rendre des comptes les uns aux autres ; il crée un large espace de médiation entre des acteurs liés entre eux par des intérêts convergents.

En même temps, Claude-Jean Bertrand, le penseur des « *Medias Accountability Systems*⁶ » s'interroge clairement : les journaux servent-ils mieux le public en Suède, qui possède un Conseil de presse depuis près d'un siècle qu'en Belgique flamande où il a été créé en 2002 ? Il peut même porter des critiques virulentes : mal connu du public, le Conseil de presse pourrait n'être qu'un outil de relations publiques pour des propriétaires de presse désireux d'éviter des lois ou de faire croire au public qu'ils s'intéressent à la qualité de l'information. Ces Conseils de presse n'auraient aucune autorité ; « *les bons médias n'en n'ayant pas besoin et les mauvais s'en fichant* », ils manqueraient de moyens pour investiguer et serviraient essentiellement à éviter les poursuites judiciaires coûteuses...

Pourtant, écrit toujours Claude-Jean Bertrand, le Conseil de presse est aussi une « *institution démocratique permanente, indépendante, souple, inoffensive et aux fonctions multiples dont l'unique objectif est d'améliorer le service des médias envers le public* ». Alors pourquoi continuer à s'en priver ?

La dernière tentative sera-t-elle la bonne ?

En novembre 2006, quelques membres français de l'Alliance internationale de journalistes⁷ créent l'Association pour la préfiguration d'un Conseil de presse⁸. L'idée est de poser un acte pour relancer le débat dans un contexte où les journalistes qui veulent se battre pour la qualité de l'information n'ont franchement rien à perdre. Ils ont très vite été rejoints par des professionnels ou « non-professionnels » en tant qu'individus ou collectifs dont l'Association pour la Qualité de l'Information (AQUIT), l'École Supérieure de Journalisme de Lille, l'association Place-public (portail d'initiatives citoyenne⁹), etc. L'APCP

s'est donné deux objectifs : 1. imposer l'idée de la nécessité d'un Conseil de presse en France ; 2. en élaborer un modèle.

Le Conseil de presse	
<i>Ce qu'il n'est pas...</i>	<i>Ce qu'il est...</i>
Un conseil de l'ordre professionnel	Une instance médiation entre la presse et le public/lecteurs
Un tribunal pour attaquer la presse ou les journalistes	Un lieu de débat public sur l'éthique
Un moyen de donner toujours raison au plaignant	Une instance de recherche d'équité
Un outil au service de ceux qui craignent le regard des médias	Un outil de pédagogie sur le fonctionnement des médias
Un frein au développement économique des médias	Une innovation citoyenne constructive

*Par Jean-luc Martin-lagardette, membre l'APCP, auteur en 2006 de
L'information responsable, un défi démocratique,
aux éditions Charles-Léopold Mayer*

Il semble qu'une dynamique d'adhésion au concept soit lancée. Dominique Baudis¹⁰, mis en cause à tort dans une affaire de mœurs à Toulouse, s'est prononcé en avril 2006 pour la création « d'un code et d'une procédure de contrôle entièrement placés sous la responsabilité de la profession qui permettraient peut-être d'éviter ou au moins de limiter les dérives ». Dans leur discours inaugural aux « Assises internationales du journalisme¹¹ », Hervé Bourges¹² et Robert Ménard¹³ se sont clairement exprimés en faveur d'une instance de régulation, prise de position tout à fait inédite de leur part. La déclaration finale a entériné l'idée que le combat pour une information de qualité devient prioritaire et que le Conseil de presse est une arme non négligeable.

Parmi les pistes retenues lors de ces Assises, les journalistes ont décidé de privilégier les objectifs suivants : 1. réaffirmer qu'une information

de qualité nécessite du temps et des moyens ; 2. reconnaître le droit des rédactions dans les entreprises de presse (sociétés de journalistes, reconnaissance juridique de l'équipe rédactionnelle) ; 3. instaurer une formation tout au long de la carrière ; 4. mettre en œuvre enfin les outils qui peuvent contribuer à la restauration de la confiance avec les citoyens (médiateurs, Conseil de presse, etc.).

En poursuivant sur la voie de la régulation, l'association « Journalisme et Citoyenneté », l'Alliance internationale de journalistes, l'APCP, le forum permanent des SDJ, la CFDT, etc., viennent de s'engager dans le processus d'élaboration d'une charte pour la qualité de l'information avec l'ambition affirmée de la faire intégrer dans la convention collective des journalistes. De son côté, la douzaine de médiateurs de presse en France vient de se fédérer...

La bataille pour sauver un métier mais surtout une fonction et un secteur économique acteurs de la démocratie appelle toutes les initiatives, toutes les bonnes volontés, toutes les parties prenantes qui s'estiment responsables. Il est temps. La médiation et la régulation permettent ainsi à une profession de devenir pro-active dans un contexte déstabilisé, d'inventer de nouvelles formes de lutte avec de nouveaux alliés et de garder ainsi la maîtrise de son avenir ■

Notes

1. Professeur de civilisation américaine (Université de Paris X), puis d'information-communication (IFP-ParisII).
2. **Claude-Jean Bertrand** dans *Watching the watchdog-watching dog ?*, 2004.
3. Ancien rédacteur en chef au quotidien *Le Monde*, ancien directeur général du Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes à Paris, il publie en 2005 *Le grand bazar de l'info. Pour en finir avec le maljournalisme*, aux éditions Michalon. Membre de l'Alliance internationale de journalistes, il préside actuellement l'APCP.
4. Créée en octobre 2005 par cinq journalistes (www.infoendanger.net).
5. Avis complet sur : www.presserat.ch/22820.htm.
6. Pour en savoir plus : www.media-accountability.org
7. Réseau informel qui travaille sur la responsabilité des journalistes (www.alliance-journalistes.net).
8. <http://apcp.unblog.fr>.
9. www.place-publique.fr.
10. Ancien président du Conseil supérieur de l'audiovisuel.
11. En mars 2007 à Lille : www.assisesdujournalisme.com.

LA FRANCE FINIRA-T-ELLE PAR SE DOTER D'UN CONSEIL DE PRESSE?

12. Président de l'École supérieure de journalisme de Lille et de l'Union internationale de la presse francophone, ancien PDG de TF1, de France-Télévisions, du Conseil supérieur de l'audiovisuel,
13. Président de « Reporters Sans Frontières ».