

SOMMAIRE

	Pages
AVIS adopté par le Conseil économique et social au cours de sa séance du 27 octobre 1999..... I - 1	
TITRE I - CONSTAT	3
I - - UN SECTEUR EN MUTATION	5
A - LES ENTREPRISES	6
B - LES JOURNALISTES.....	6
II - - UN PUBLIC QUI ÉVOLUE	8
III - CONCLUSION	9
TITRE II - PROPOSITIONS.....	11
I - - AMÉLIORER LA LIBERTÉ DE L'INFORMATION	13
A - CONFORTER L'INDÉPENDANCE DES MÉDIAS.....	13
1. Assurer le pluralisme	13
2. Mieux réguler les médias audiovisuels et électroniques.....	15
B - AMÉLIORER LES CONDITIONS D'EXERCICE DE LA PROFESSION	17
1. Faciliter l'accès aux sources	17
2. Protéger réellement le secret des sources	17
3. Aménager la protection du droit à l'image et les atteintes à la vie privée	18
4. Aménager le secret de l'instruction préparatoire.....	19
II - - AMÉLIORER LA PROTECTION DU CITOYEN	20
A - DÉVELOPPER UNE RIGUEUR MÉDIATIQUE	20
1. La déontologie	20
2. La formation	21
B - PROMOUVOIR L'ANALYSE CRITIQUE DE L'IMAGE : UNE RESPONSABILITÉ À PARTAGER	22
1. Une nécessaire analyse critique des médias par eux-mêmes	22
2. Un enseignement de « l'alphanétisation de l'image » en milieu scolaire.....	22
3. Une meilleure prise en considération du rôle des parents.....	23
C - ADAPTER LE CADRE JURIDIQUE À L'ÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE	23
1. Adaptation des lois sur la presse et sur l'audiovisuel	23
2. Unification des régimes juridiques	25
3. Les dérives apportées par les nouvelles technologies.....	25

III - ENGAGER UNE RÉFLEXION NATIONALE ASSOCIANT TOUS LES PARTENAIRES CONCERNÉS	26
ANNEXE A L'AVIS.....	29
SCRUTIN.....	29
DÉCLARATIONS DES GROUPES.....	31
RAPPORT présenté au nom de la section du Cadre de vie par Claude Chambonnaud, rapporteur II - 1	
INTRODUCTION	5
TITRE I - LE DROIT À L'INFORMATION : UN DES PILIERS DE LA DÉMOCRATIE.....	
1. Naissance d'une liberté : le droit d'imprimer	9
2. L'arrivée des nouveaux médias	29
3. La télévision	34
4. L'Internet.....	43
5. Les nouveaux médias, concurrence ou complémentarité ?.....	45
TITRE II - L'INFLUENCE DES MÉDIAS ET LES MENACES SUR LEUR INDÉPENDANCE.....	
1. L'influence des médias dans notre société	52
2. Les médias sont-ils vraiment indépendants ?	60
3. Un secteur en mutation.....	67
TITRE III - LA RECHERCHE D'UN ÉQUILIBRE : LES SOLUTIONS ACTUELLES.....	
A - EXPOSÉ DE LA SITUATION JURIDIQUE.....	75
1. La « loi sur la presse ».....	75
2. La protection de la vie privée	79
3. La présomption d'innocence	81
4. Le secret de l'instruction préparatoire	82
5. Protection des mineurs	83
B - LES ORGANES DE RÉGULATION	84
1. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel	84
2. La commission d'attribution de la carte	86
C - LES ESSAIS DE DÉONTOLOGIE.....	88
1. Les dérives et la nécessité d'une éthique	88
2. Code de bonne conduite et chartes	90
3. Les médiateurs.....	94
4. Conclusion.....	96
D - LA FORMATION	98
1. La formation des journalistes	98
2. La formation du public	100
TITRE IV - BREF REGARD SUR L'ÉTRANGER	
1. Aux Etats-Unis	105
2. En Grande-Bretagne	109

3. En Allemagne	112
4. En Espagne	114
5. En Suisse	115
6. En Italie	115
CONCLUSION.....	119
LISTE INDICATIVE DES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	121
TABLE DES SIGLES	125
LISTE DES ILLUSTRATIONS.....	127

AVIS

**adopté par le Conseil économique et social
au cours de sa séance du 27 octobre 1999**

TITRE I

CONSTAT

Par décision de son bureau en date du 28 octobre 1997, le Conseil économique et social s'est saisi de la question de la « *liberté de la presse et protection du citoyen face au développement des médias* »¹.

Le Bureau lors de sa réunion du 5 octobre 1999 a confirmé cette décision.

La préparation d'un rapport et d'un avis sur ce thème a été confiée à la section du Cadre de vie, laquelle a désigné M. Claude Chambonnaud en qualité de rapporteur.

* * *

Solennellement affirmée par la formule célèbre de l'article 11 de la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen du 26 août 1789, ce n'est qu'au terme d'une longue lutte que la liberté de la presse a été acquise un siècle plus tard. Elle a été confirmée depuis par la Convention européenne des droits de l'Homme et du citoyen comportant une valeur supra législative.

La loi du 29 juillet 1881 est une des lois fondamentales de notre démocratie. D'esprit très libéral, plus de trente fois remaniée sur des points souvent secondaires, elle est demeurée inchangée quant à ses principes. Elle proclame la liberté de la presse à l'égard du pouvoir politique et, dans le même temps, protège les citoyens de ses abus.

Ces principes ne suffiront pourtant pas à empêcher les dérives multiples et les excès dans la relation des grands scandales financiers du début de ce siècle ou des affaires économico-politiques. Ils n'éviteront pas non plus la mainmise politique durant les deux derniers conflits mondiaux.

Le développement de la communication, la radio, la télévision, le CD-Rom et maintenant l'internet, le poids croissant de l'économie mondiale, les mutations structurelles et technologiques des entreprises de médias, les transformations d'exercice des professions de la presse écrite ou audiovisuelle, les évolutions d'un public devenu à la fois plus méfiant et plus exigeant à la suite des dérapages constatés depuis le début de cette décennie, ont profondément modifié les conditions dans lesquelles l'information est traitée, diffusée et appréhendée par le public.

Ces évolutions considérables conduisent à analyser comment est aujourd'hui assuré le respect des principes qui avaient été posés et à envisager les mesures qu'il conviendrait d'adopter pour en garantir le maintien et le développement.

I - UN SECTEUR EN MUTATION

La modernisation du secteur de la presse, qui nécessite une mobilisation importante de capitaux, s'accompagne d'un mouvement de concentration et de concurrence vive à l'intérieur d'un secteur fragilisé par une certaine désaffection du lectorat de la presse quotidienne d'information. L'arrivée des nouveaux

¹ L'ensemble du projet d'avis a été adopté par 166 voix, 6 voix contre et 22 abstentions (voir résultat de ce scrutin en annexe).

médias, l'annonce et le développement d'une société de communication de plus en plus mondialisée, modifient aussi le paysage médiatique.

A - LES ENTREPRISES

La plupart des entreprises de médias, soumises aux lois du marché, tant au niveau national qu'international, sont contraintes à la concentration pour affronter une concurrence de plus en plus vive. Notre pays dispose maintenant de grands groupes, compétitifs au plan mondial, notamment dans le secteur des magazines et maintenant de l'audiovisuel, mais il accuse de grandes faiblesses dans le domaine de la presse écrite quotidienne où son lectorat s'effrite régulièrement. Les ressources de la publicité (0,61 % du PIB, soit 54 milliards de francs en 1997) sont bien moins élevées que chez nos voisins européens ou au Japon (1,14 %) et aux Etats-Unis d'Amérique (1,22 %) et profitent de plus en plus à l'audiovisuel et maintenant à l'internet, lequel devrait voir ses parts croître très rapidement. L'arrivée du numérique a démultiplié les possibilités de diffusion et de circulation de l'information avec l'ouverture de nouveaux canaux.

Désormais, les médias offrent des « produits attractifs » où la séparation entre information, communication, publicité, mise en spectacle et divertissement n'est plus aussi nette. L'effet recherché n'est plus nécessairement l'objectivité, la neutralité, la vérité, mais la séduction. On est sorti d'une logique initiale dans laquelle l'objectif était « *de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain* » comme le préconisait en 1945 Albert Bayet président de la Fédération nationale de la presse française, nouvellement créée, pour entrer dans une logique de plus en plus commerciale, même dans le secteur public de télévision ou de radio.

B - LES JOURNALISTES

Ils ont eux aussi accompagné cette évolution.

Longtemps, le journaliste est resté un journaliste d'opinion (Zola de « *J'accuse* », la presse de la Résistance, ou de la Libération) avant que n'apparaisse le journaliste d'information soucieux de s'en tenir à la relation des faits de façon objective. Ce phénomène n'exclut pas l'existence d'une presse d'opinion nécessaire dans toute démocratie.

L'évolution de la profession s'accompagne d'une modification dans les pratiques et l'écriture en produisant des nouvelles accessibles au plus grand nombre et dans tous les domaines de la vie, non seulement politique, mais social, économique, culturel, scientifique...

Très attachés à leur indépendance, les journalistes marqueront une attirance limitée pour la syndicalisation, ce qui les empêchera d'obtenir rapidement une réelle reconnaissance et un statut comme les ouvriers du livre. Le premier syndicat des journalistes, ancêtre du SNJ, est créé en 1918 et marque la distanciation entre les intérêts des journalistes et ceux des éditeurs et dirigeants de presse. Il gardera longtemps l'appellation « association de défense et de discipline professionnelle » mais ne fera pas l'unanimité dans une profession « culturellement » marquée par l'individualisme. Cette méfiance à s'intégrer dans un mouvement représentatif sera source de fragilité. Il incitera en 1918 le

SNJ à élaborer une charte des devoirs des journalistes français, destinée à épurer la profession de ses éléments douteux ou vénaux. L'absence de dialogue entre partenaires à l'intérieur des entreprises conduira les pouvoirs publics à adopter une loi en juillet 1925 pour que les journalistes se voient reconnaître un salaire minimum et des conditions de travail décentes (huit heures par jour et deux semaines de congés payés). En 1927, par une convention employeurs/salariés est créée la caisse générale des retraites ; en 1934, l'Etat reconnaît les sujétions particulières de la profession en lui accordant un avantage fiscal de 30 % aujourd'hui remis en cause.

La loi du 29 mars 1935 accordera enfin un statut au journaliste avec une protection étendue : carte professionnelle attribuée selon des critères économiques, puisque le demandeur doit justifier que la majorité de ses revenus provient d'une activité journalistique, sans exigence d'âge ni de diplôme, préservation de son droit moral sur ses écrits et clause de conscience qu'il peut invoquer en cas de changement de la ligne éditoriale ou de cession de l'entreprise. Cette dernière disposition, assortie de modalités financières, assure une certaine indépendance au journaliste.

Malgré ces évolutions qui marquent une avancée par rapport aux autres secteurs, deux questions continueront d'agiter la profession : la préservation de l'indépendance, car le statut de salarié confirme le lien de subordination du journaliste à son employeur, et la nécessité d'une déontologie.

Employeurs et salariés ne parviennent pas à s'entendre sur la question de l'éthique des médias et de la déontologie des professionnels. Une convention collective nationale est finalement adoptée en 1937. Dénoncée en 1939 puis rétablie, elle est renégociée régulièrement depuis cette date. Dans les années 70, des sociétés de rédacteurs font leur apparition. Elles devaient offrir un lieu de discussion plus équilibré, mais elles ne parviennent pas à s'imposer comme des partenaires au sein des conseils d'administration notamment faute de capitaux suffisants pour se maintenir.

Afin de conserver son autonomie, le SNJ a souhaité rester indépendant de toute tendance tandis qu'un nombre appréciable de journalistes choisissait de créer des syndicats affiliés aux différentes confédérations. En dépit de cette reconnaissance apportée par la loi de 1935, la profession de journalistes connaît de plus en plus de difficultés à mesure que les médias se multiplient, entraînant une diversification des métiers. Aujourd'hui, seule la possession de la carte confère à ces métiers une certaine unité juridique. On peut toutefois noter qu'il n'est pas nécessaire d'en être titulaire pour bénéficier d'accréditations. La profession comptait en 1994, 28 210 détenteurs de la carte dont 4 327 pigistes (15,34 %) aux conditions de travail et de rémunération précaires, précarité à laquelle il serait souhaitable de porter remède, compte tenu du recours de plus en plus fréquent aux personnels précaires.

Ces effectifs ne cessent de s'accroître depuis le début des années 80 où l'on recensait 10 000 cartes et elles atteignent en 1998 le chiffre de 30 004.

Dans le même temps, le nombre de chômeurs augmente dans ce secteur en dépit du développement des médias. Le fort engouement des jeunes pour une profession qui bénéficie d'une forte attractivité accentue encore cette tendance.

Alors que les trois quarts des journalistes travaillent dans la presse écrite, en majorité dans les périodiques, 10 % seulement exercent leur activité dans les secteurs de la télévision, 8 % dans celui de la radio et le reste dans des agences de presse.

Si la majorité des journalistes est employée à Paris, on constate à l'intérieur du corps de grandes disparités entre le présentateur-vedette du « 20 heures », l'éditorialiste d'un grand quotidien, son rédacteur en chef, un reporter caméraman ou le pigiste « faits divers » d'un quotidien local. Enfin, la présence d'un nombre important de chômeurs accroît encore les fragilités d'une profession dont l'exercice n'est soumis à aucune obligation de diplôme, à l'inverse de ce qui est le cas chez les médecins, les avocats, les enseignants... et où majoritairement la formation est acquise sur le terrain.

II - UN PUBLIC QUI ÉVOLUE

De son côté, le public a lui aussi évolué et s'est diversifié.

Plus averti, disposant de plus de temps et d'un plus grand choix (multiplication des chaînes TV grâce au satellite et au câble, des radios, 300 000 sites sur l'internet), il développe un esprit critique d'usager vigilant. Il est plus exigeant sur la qualité des informations qui lui sont présentées et se montre plus soucieux de vérité. Il est à la fois le plus souvent lecteur de presse quotidienne et de magazines et gros consommateur d'audiovisuel. Il complète son information sur l'internet.

A côté de ces attitudes de consommateur averti, le public reste aussi amateur de presse « people » et d'émissions de variétés d'accès plus facile.

Dans les faits, les comportements sont multiples et évoluent en fonction de l'arrivée de nouveaux médias, mais aussi du temps disponible à leur consacrer. D'une manière générale, l'attrait exercé par les « produits faciles » offerts par certains médias commerciaux, capte les publics plus « fragiles », en particulier des jeunes ou des personnes mal préparées pour exercer leur esprit critique, qui tiennent pour vrai ce qu'ils lisent dans la presse ou, *a fortiori*, ce qu'ils voient à la télévision, notamment aux heures de plus grande écoute.

Ce sont les événements de Timisoara qui ont commencé à provoquer chez lui certains réflexes de défiance.

Le manque de distinction entre journaliste, présentateur ou animateur, les glissements subtils entre communication, publicité et information contribuent à entretenir une confusion fort préjudiciable.

Enfin, les citoyens s'interrogent sur l'avenir et les conséquences du développement de la société de la communication et de l'information alors que politiques, médias, éducateurs prédisent les plus grands bouleversements pour notre société. Ils expriment des craintes sur la qualité et la véracité des faits qui leur sont rapportés, la contraction du temps entre le moment où l'événement survient et celui de sa relation ne permettant pas le recul nécessaire au médiateur qu'est le journaliste, pour une réelle analyse et une mise en perspective.

Quant à l'individu, il est attaché à la préservation de sa vie privée et de son intimité. Son attachement est tout aussi fort pour les libertés collectives que pour sa liberté individuelle, marquant ainsi une certaine différence avec la culture des pays anglo-saxons.

A partir des années 90, une mise en cause de l'objectivité et du sérieux des médias se développe. Divers sondages, mais aussi les prises de position de certains journalistes, d'intellectuels, d'hommes politiques, de citoyens en témoignent. Elle participe d'un mouvement général dans la population qui se manifeste en revendiquant plus de responsabilité de la part notamment de certaines professions, médecins, architectes, mais aussi de leurs élus, dont certains manquements ont été révélés au public précisément par les médias... Les dérapages, les « bidonnages », tout comme l'approximation dans les informations diffusées ne sont plus tolérés. Le citoyen demande maintenant une véritable information, des analyses bien séparées de l'exposé des faits et bien étayées par une documentation sérieuse. L'inexactitude entraîne le rejet et la méfiance. Information n'est pas communication, pas plus que ne l'est la publicité. Le journaliste n'est pas seulement un animateur d'émissions, destiné à faire de l'audimat ; il est aussi chargé d'une mission. C'est à lui qu'incombe la délicate responsabilité de concilier les nécessités de l'économie de l'entreprise qui l'emploie avec celles liées au respect d'une éthique qu'il doit au public. C'est pour cela qu'il jouit d'un prestige certain et d'un statut protecteur. Encore faut-il qu'il puisse s'appuyer sur une déontologie partagée par l'ensemble de la profession.

Conscients de ce malaise grandissant, journalistes et responsables de médias ont engagé diverses mesures incitatives en vue de recouvrer la confiance du public. Chartes, codes de déontologie, médiateurs ont fait leur apparition sans que l'on puisse encore noter des progrès notables. Les positions semblent même se durcir, chacun invoquant une atteinte aux libertés et à la démocratie sur les remèdes avancés par les uns ou par les autres.

Pourtant les solutions existent, elles doivent émaner d'une volonté commune à l'ensemble des partenaires concernés : entreprises de médias, journalistes avec le soutien des pouvoirs publics et du public.

III - CONCLUSION

Face à cette inquiétude légitimée par les nombreux exemples de dysfonctionnement constatés, les pouvoirs publics et les partenaires sociaux du secteur doivent s'entendre pour créer les conditions d'un nécessaire retour à la confiance du public :

- en améliorant la liberté de l'information, ceci en assurant une meilleure indépendance, notamment en mettant en place un système efficace de lutte contre la concentration des médias, et de meilleures conditions d'exercice de la profession ;
- en améliorant la protection des citoyens ;
- en organisant une réflexion sur une éthique des médias fondée sur les principes d'une véritable mission d'information à l'égard du public.

TITRE II

PROPOSITIONS

Les propositions formulées ci-dessous visent à conforter les principes de liberté d'information et de protection du citoyen, sur lesquels se fonde notre démocratie, dans un contexte de profond bouleversement technologique.

I - AMÉLIORER LA LIBERTÉ DE L'INFORMATION

La liberté d'être informé est un droit essentiel à toute démocratie. Elle est garantie par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.

Il ne peut y avoir de liberté d'être informé, et de liberté d'élaboration de sa propre opinion, sans une véritable indépendance des médias et sans que leur liberté d'action connaisse le moins d'entraves possibles. La qualité de l'information repose donc sur l'indépendance et le pluralisme de ses canaux.

A - CONFORTER L'INDÉPENDANCE DES MÉDIAS

La liberté d'expression ne serait d'aucun intérêt si les informations diffusées, les commentaires qui les prolongent et les opinions exprimées étaient partout les mêmes. C'est bien pourquoi l'indépendance des sociétés de presse ou de communication audiovisuelle ne peut se concevoir sans expression diversifiée. Cette expression, affranchie de la tutelle de l'Etat, ne peut acquérir un véritable rayonnement qu'en se soumettant à certaines règles et en assumant toutes ses responsabilités.

1. Assurer le pluralisme

La libre circulation des pensées et des opinions repose sur le pluralisme des entreprises de presse et de diffusion, dans lequel le service public de l'audiovisuel a un rôle important à jouer. Le Conseil constitutionnel a d'ailleurs reconnu à ce principe une valeur constitutionnelle dans sa décision des 10 et 11 octobre 1984.

La concentration croissante des entreprises dans le domaine de la presse écrite et dans celui de l'audiovisuel appelle certaines recommandations.

Le traité d'Amsterdam a reconnu, dans un protocole annexé, le service public de l'audiovisuel « *considérant que la radiodiffusion de service public dans les Etats est directement liée aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias* ».

a) Contrôler la concentration et encourager le développement de nouvelles entreprises

Les impératifs de la mondialisation de l'économie ont conduit à la constitution de grands groupes à l'échelon planétaire. Dans notre pays, en dépit des ordonnances de 1944 et des lois de 1985 et 1986, une concentration importante s'est opérée dans le secteur de la presse et de l'audiovisuel.

Le réalisme économique, dans ce contexte, implique la constitution d'entités de taille suffisante, non seulement pour optimiser l'introduction des nouvelles technologies et conduire dans de meilleures conditions la modernisation du secteur de l'information, notamment dans la presse écrite, mais encore pour affronter la concurrence internationale constituée de grands groupes.

C'est pourquoi notre assemblée souhaite que dans notre pays, en l'absence de tels groupes spécialisés dans la presse et la communication, des mesures législatives et réglementaires soient prises, aux niveaux national et communautaire, pour lutter contre la concentration des médias, complétées par des mesures visant à organiser une transparence dans le regroupement des capitaux. Le pluralisme de l'expression et l'indépendance de l'information à l'égard des actionnaires, notamment lorsque ceux-ci sont titulaires de marchés publics ou de délégations de service public doivent être garantis.

Le Conseil économique et social estime nécessaire, non seulement de veiller au pluralisme des médias et à l'indépendance des rédactions, mais aussi d'aider à la création de nouvelles entreprises de presse et de communication.

Afin d'écartier toute suspicion, notre assemblée estime qu'il pourrait être interdit à une entreprise tirant plus d'un certain pourcentage de son chiffre d'affaires de commandes publiques de posséder un média. Le recentrage des groupes, petits ou grands, sur leur activité de base constituerait une avancée. La dissociation des métiers de la presse écrite ou audiovisuelle des intérêts industriels ou financiers qui lui sont étrangers qui s'ensuivrait favoriserait en effet l'émergence de véritables groupes multimédias puissants et indépendants comme il en existe à l'étranger.

Pour renforcer l'indépendance des équipes rédactionnelles au sein des entreprises de médias, notre assemblée souhaite que par une voie contractuelle, soient recherchées des formules originales pour que les équipes rédactionnelles puissent peser sur les changements de ligne éditoriale. Dans cette optique, la constitution et le développement de sociétés de rédacteurs pourraient être utilement examinées.

Le Conseil économique et social souhaite par ailleurs que soient réaménagées les mesures d'aides et de soutien existantes. Les aides indirectes (messagerie - taux préférentiel de TVA...) profitent encore davantage aux grosses entreprises qu'aux petites ou à celles qui bénéficient le moins de la publicité en dépit des mesures déjà engagées concernant les publications et journaux à faible tirage ou à faibles ressources publicitaires.

Le pluralisme doit être également recherché par l'encouragement à la création d'entreprises nouvelles. Afin de répondre au besoin persistant de capitalisation des médias, en particulier de la presse écrite, le Conseil économique et social estime qu'un système de produits financiers défiscalisés faisant appel à l'épargne, de même que la création d'un fonds, à l'image de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC) qui apportent satisfaction au secteur du cinéma, pourrait être envisagé et permettre la création de nouveaux titres. Sachant que pour ces derniers une certaine durée de vie est nécessaire pour rencontrer un public capable d'assurer la viabilité de l'entreprise, un étalement des aides à la création sur quatre à cinq ans apparaît indispensable pour favoriser l'émergence de nouvelles entreprises indépendantes et pérennes.

b) Conforter le service public de l'audiovisuel

A côté des entreprises d'audiovisuel privées, le service public de l'audiovisuel doit pouvoir offrir des programmes de qualité et innovants,

accessibles à l'ensemble des publics dans des domaines aussi diversifiés que l'information, la culture, le divertissement, le sport... permettant l'expression du pluralisme et favorisant le débat démocratique. Il doit également promouvoir la langue, et les œuvres culturelles nationales et contribuer au rayonnement de notre pays à l'étranger. L'éducation du public à l'audiovisuel et aux médias entre dans ses missions. En outre, élément de cohésion sociale, le service public doit proposer des émissions spécifiques en direction des personnes mal entendantes ou mal voyantes.

Dans cette logique, il apparaît évident que le service public ne doit pas s'inscrire en concurrence par rapport aux autres chaînes de télévision ou de radios dont le but recherché est avant tout commercial.

Cette spécificité implique une redéfinition de son financement. Celui-ci doit se recentrer sur la redevance qui trouve ici toute sa pertinence et dont le niveau mériterait d'être ajusté en fonction des ambitions affichées et des capacités contributives des citoyens.

En outre, notre assemblée réitère son souhait concernant la compensation par l'Etat des exonérations de redevances, consenties en faveur de certains ménages.

c) Adopter des mesures spécifiques de soutien à la diffusion de la presse écrite

Afin d'enrayer la décrue des ventes des quotidiens nationaux et régionaux, le Conseil économique et social propose, d'une part, de maintenir les conditions de routage spécifiques à la presse, qui permettent d'en assurer une large diffusion, d'autre part d'encourager le développement des mesures de soutien au portage, qui ont fait leurs preuves notamment en Alsace et en Ile de France. La distribution à domicile ajoute à l'avantage de fidélisation d'un lectorat, celui de promouvoir l'emploi. Peu qualifiés à l'origine et le plus souvent externalisés, ces emplois, qui peuvent s'inscrire dans une filière de réinsertion, méritent d'être revalorisés et bénéficier d'un statut social offrant plus de garanties.

La multiplication des points de vente, l'amplitude de leurs horaires d'ouverture de même que la vente à la criée, peuvent concourir à ces mêmes résultats.

Sur l'aide à la distribution et à l'acheminement de l'information, notre assemblée confirme la position qu'elle a récemment adoptée dans son avis sur « *les effets des nouvelles technologies sur les industries de la presse* ».

d) Revoir le système d'aides à la presse

Le système d'aides à la presse mériterait d'être revu pour mieux répondre aux besoins de toutes les formes de presse et de parution, la presse d'opinion notamment, syndicale et associative.

2. Mieux réguler les médias audiovisuels et électroniques

a) Renforcer le rôle du CSA

Si de nombreuses années ont été nécessaires pour que la presse écrite, puis la radio et la télévision, connaissent une indépendance à l'égard de l'Etat, on

peut considérer que, à l'heure actuelle, cette indépendance pourrait encore être consolidée.

Il apparaît à cet effet nécessaire de conforter le rôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel, tel qu'un précédent avis de notre assemblée présenté en 1997 par M. Hadas-Lebel sur « la télévision de demain, nouvelles technologies et société » le recommandait. Afin de mieux lui permettre de participer au processus de régulation, le CSA devrait voir ses pouvoirs d'injonction et de retrait d'autorisation concernant la radio et la télévision étendus.

Il apparaît évident que l'efficacité de l'institution se verrait renforcée si, comme le Conseil et économique et social l'a suggéré dans son avis déjà cité de février 1997, des personnalités représentatives du monde des usagers siégeaient en son sein.

b) Clarifier les responsabilités sur Internet

Elément exceptionnel de communication, Internet consacre l'interpénétration de l'écrit de l'image et du son, mouvement qui devrait s'accentuer dans les années à venir. Le développement de ce réseau de réseaux, sur lequel on prévoit qu'un milliard d'internautes « circuleront » en 2005, ouvre une possibilité quasi illimitée d'accès individuel à l'information et constitue pour les journalistes un élargissement de leurs sources d'informations. A charge pour eux de mettre tout en œuvre pour résister à la pression de la concurrence et du scoop que l'information « en ligne » fait peser sur les entreprises de presse traditionnelles.

L'internet est une chance qui soulève des inquiétudes. La diffusion en temps réel sur le réseau de données non vérifiées, d'éléments à caractère diffamatoires et de documents non autorisés, voire interdits, risque à terme de porter le discrédit sur Internet si des mesures ne sont pas adoptées à brève échéance pour distinguer les sites. C'est pourquoi, comme le souhaitent nombre de professionnels et comme le Conseil économique et social l'a lui-même recommandé dans son avis en date du 26 mai 1999, une procédure de labellisation des sites devrait être engagée. Un logo facilement identifiable devrait permettre de sélectionner ceux d'entre eux offrant des garanties d'informations vérifiées et recoupées.

Pour l'heure, des manquements peuvent fréquemment être relevés et ils doivent être sanctionnés. On peut cependant être quelque peu préoccupé à la suite de l'arrêt rendu par la cour d'appel de Paris le 10 février 1999 retenant la responsabilité du fournisseur d'hébergement sans qu'une faute n'ait été démontrée à son encontre. Il s'agit là d'un risque certain de limiter la liberté de communication sur Internet et de favoriser ainsi le système adopté par les Etats-Unis qui ne retient pas cette responsabilité.

Le projet de loi sur la liberté de communication prévoit notamment, en sa rédaction actuelle, de n'engager la responsabilité des fournisseurs d'accès à des services en ligne que lorsque ceux-ci ont contribué à la création ou la production de contenus portant atteinte aux droits des tiers. Cette mesure est évidemment beaucoup plus libérale à l'égard des intervenants (créateurs de sites, fournisseurs d'accès ou d'hébergement, transporteurs...).

Que la mise en place d'une réglementation solide, pérenne et garantissant le respect de l'éthique suppose l'aboutissement de négociations et d'accords internationaux n'exclut pas pour autant que, dans un bref délai, une réflexion en profondeur soit organisée sur ce sujet au niveau national.

B - AMÉLIORER LES CONDITIONS D'EXERCICE DE LA PROFESSION

Si la démocratie implique nécessairement la liberté d'expression des médias, cette dernière repose en premier lieu sur la possibilité pour les journalistes d'accéder, en tant que de besoin, aux sources d'informations qui leur sont nécessaires. Cette liberté d'informer exige en outre la garantie du secret de ces sources et l'organisation d'une relation clarifiée et assainie entre justice et médias.

1. Faciliter l'accès aux sources

Les grands acteurs publics et privés de la vie politique, économique et sociale, optent plus volontiers pour des stratégies de communication avec conférences de presse pour porter à la connaissance du public les mesures dont elles souhaitent assurer la publicité, que pour une ouverture de leurs services aux particuliers et aux journalistes dans le cadre de leurs investigations.

La loi du 17 juillet 1978 relative à la liberté d'accès aux documents administratifs dispose que toute personne a le droit d'accéder à ces documents, lorsqu'ils n'ont pas de caractère nominatif, à l'exception de ceux dont la communication pourrait porter atteinte d'une manière générale « *aux secrets protégés par la loi* ». Cependant, ce droit à la communication est assorti de l'interdiction de reproduire, de diffuser ou d'utiliser à des fins commerciales les documents communiqués. Ses conditions de mise en œuvre sont rendues difficiles par l'existence de délais administratifs particulièrement longs. Actuellement la commission d'accès aux documents administratifs (textes, rapports, statistiques, procès-verbaux, notes et réponses ministérielles...) lorsqu'elle est saisie par une personne qui rencontre des difficultés pour obtenir la communication d'un document, a pour seules missions de conseiller les autorités compétentes sur l'application de ce droit, et de proposer des modifications pour en faciliter l'exercice.

Le Conseil économique et social estime nécessaire d'engager une réflexion sur un élargissement possible du rôle de cette instance dans le sens d'un meilleur accès aux sources. Dans un même esprit, un débat mériterait d'être ouvert sur l'étendue de l'obligation des notions de « secret professionnel » et de « discréction professionnelle » applicables dans la fonction publique conformément aux dispositions des articles 25 et 27 de la loi du 13 juillet 1983.

2. Protéger réellement le secret des sources

La liberté d'informer implique certainement le respect du secret des sources. Au demeurant, ce principe a été rappelé d'une manière catégorique par la Cour européenne des droits de l'Homme (27 mars 1996, Goodwin).

Cette notion a été introduite dans notre droit par la loi du 4 janvier 1993. Elle a notamment, en ce qui concerne la perquisition, modifié l'article 56-2 du code de procédure pénale en précisant : « *Les perquisitions dans les locaux d'une*

entreprise de presse ou de communication audiovisuelle ne peuvent être effectuées que par un magistrat qui veille à ce que les investigations conduites ne portent pas atteinte au libre exercice de la profession de journaliste et ne constituent pas un obstacle ou n'entraînent pas un retard injustifié à la diffusion de l'information ».

L'article 109 du même code dispose que : « *tout journaliste, entendu comme témoin sur les informations recueillies dans l'exercice de son activité, est libre de ne pas en révéler l'origine.* ».

Cette protection est certainement insuffisante. La notion d'« *obstacle* » ou de « *retard injustifié à la diffusion de l'information* » étant plus qu'approximative.

En outre, il faut ici rappeler que le journaliste poursuivi pour diffamation est présumé de mauvaise foi. Il doit, pour faire disparaître l'infraction, proposer de rapporter la preuve des faits articulés et, pour ce faire, fournir tout document ou faire entendre tout témoin dont il doit révéler l'identité (article 55 de la loi du 29 juillet 1881). A défaut, il sera considéré comme coupable même si, ultérieurement, les faits sont avérés ; il doit démontrer qu'il détenait la preuve de leur réalité au moment de ses propos ou écrits. Il s'agit là évidemment d'une violation du secret des sources qui est désormais en contradiction avec le principe posé par la loi de 1993.

Le Conseil économique et social souhaite que le principe du secret des sources soit clairement affirmé par le législateur et que sa protection soit organisée d'une manière plus efficace, tout en la conciliant au mieux avec le respect des droits des individus.

3. Aménager la protection du droit à l'image et les atteintes à la vie privée

Le Conseil économique et social ne peut évidemment qu'approuver la stricte protection du droit à l'image et du droit au respect de la vie privée.

Il observe cependant que dans notre pays, le champ de l'atteinte à la vie privée a été largement étendu par la jurisprudence civile. En outre, l'autorisation de divulgation des éléments relatifs à la vie privée doit être explicite, pour que cette divulgation ne risque pas d'être sanctionnée. Enfin, les jugements sont souvent empreints d'une grande sévérité. Il apparaît notamment que la fixation par la juridiction civile du montant des dommages-intérêts poursuit plus souvent un objectif de dissuasion que de réparation d'un préjudice réel.

Il faut, à ce sujet, rappeler la différence entre les dommages et intérêts, destinés exclusivement à réparer un préjudice et non pas à sanctionner l'auteur des faits, et les amendes ou emprisonnements qui ont une fonction de répression. Le code pénal ne sanctionne les atteintes à l'image et à la vie privée (l'article 226-1 prévoit un an d'emprisonnement et 300 000 F d'amende) que lorsqu'elles ont été commises dans un lieu privé, ce qui en limite évidemment la portée.

La conception actuelle du droit français de la protection de la vie privée pourrait conduire à l'impossibilité de publier des biographies de personnes vivantes ou même disparues, les héritiers pouvant faire obstacle à la référence

d'éléments touchant à la vie privée sans laquelle, pourtant, l'ouvrage perdrat sa raison d'être.

Une protection excessive de l'image pourrait aujourd'hui conduire à ne pas pouvoir publier les œuvres de Cartier-Bresson ou de Doisneau.

Constatant que la France est le pays le plus rigoureux en ce domaine, notre assemblée souhaite que l'appréciation de cette atteinte, sanctionnée par des dommages et intérêts, soit faite d'une façon plus libérale lorsque le but recherché de bonne foi est d'ordre artistique, historique ou plus généralement culturel.

4. Aménager le secret de l'instruction préparatoire

Le Conseil économique et social est conscient de la complexité du problème que pose, dans le cadre de la présente saisine, l'actuel secret de l'instruction préparatoire et de la prudence avec laquelle il faut l'aborder.

Il pense toutefois qu'il est absolument nécessaire de mettre un terme à l'ambiguïté actuelle.

Dans son dernier ouvrage, Daniel Schneiderman écrit : « *comme tous les journalistes traitant d'une « affaire », j'accède au dossier. Comment accède-t-on à un dossier judiciaire ? Rien n'est plus simple.* » (Du journalisme après Bourdieu, page 104).

Dès lors, ou bien on estime que le secret s'impose et il faut en conséquence adopter des mesures nécessaires pour sanctionner les fuites fréquentes auxquelles on assiste, ou bien il faut organiser une certaine transparence.

Une telle initiative serait en conformité avec la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'Homme, qui par son arrêt du 21 janvier 1999 (Fressoz et Roire C/ France) a donné la priorité à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'Homme qui prévoit la liberté de l'information sur l'article 6 qui prévoit une protection de la vie privée.

La publicité de la justice a été une conquête démocratique et demeure, sous certains aménagements, une garantie de son objectivité.

Le rapport de la commission de réflexion sur la justice présidée par M. Pierre Truche, Premier président de la Cour de Cassation précise (page 74) « *la commission rappelle avec force que la liberté d'information n'est pas seulement un droit mais un devoir pour le journaliste ; c'est avant tout, en démocratie, un droit des citoyens qui permet aussi, à ces derniers, d'accéder à la connaissance du fonctionnement de la justice* ».

Dans le droit fil des préconisations de la commission, le Conseil économique et social recommande l'organisation, au sein de chaque tribunal, de cellules de communication composées d'un magistrat du parquet, d'un magistrat du siège et d'un avocat. Cette cellule aurait pour mission au coup par coup, d'examiner les éléments qui peuvent ou non être communiqués.

En outre, une commission nationale, composée de magistrats, d'avocats, de représentants des forces de gendarmerie et de police, de journalistes et de membres d'associations représentatives de défense des justiciables serait chargée de procéder à des évaluations périodiques et de formuler des propositions. L'idée de cette commission nationale pourrait rejoindre la proposition de création d'un

observatoire de l'information, évoquée par M. Jean-Marie Charon dans son rapport intermédiaire « *Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information* ».

II - AMÉLIORER LA PROTECTION DU CITOYEN

Les citoyens sont en grande partie désarmés devant les médias de masse. L'incapacité objective dans laquelle ils se trouvent de vérifier les faits rapportés par les journalistes et les difficultés qu'ils rencontrent pour exercer leurs droits en cas de litige avec une entreprise de presse ou de communication en sont la cause. Aussi, au fil des révélations sur les « bidonnages » et les inexactitudes, en viennent-ils à douter de l'honnêteté et de la fiabilité des informations qui leur sont délivrées. Il devient donc nécessaire d'envisager rapidement des mesures permettant de garantir le citoyen contre les abus éventuels et de lui faciliter le recours à justice dans l'exercice de ses droits.

A - DÉVELOPPER UNE RIGUEUR MÉDIATIQUE

Les manipulations médiatiques ne sont pas récentes. Leur révélation a un retentissement important sur le public qui juge très sévèrement ces manquements (bidonnages, images d'archives utilisées sans prévenir le téléspectateur...). Les sondages ont apporté la preuve de cette défiance. Les progrès de la technologie (images virtuelles, Internet) ont aggravé les risques et accentué chez les journalistes une légitime prise de conscience.

En outre, le renforcement du rôle social des médias sera de plus en plus important. L'abondance d'informations ne pouvant être raisonnablement triée par le public, il donnera aux journalistes un rôle d'interprète, d'intercesseur, mettant cette information à la portée du public. Cette fonction sociale implique évidemment une grande maîtrise, une particulière compétence et un sens aigu des responsabilités.

1. La déontologie

La mobilisation des journalistes et des entreprises de médias a été importante. Les codes de bonne conduite, les chartes, la création de médiateurs témoignent de leur volonté d'agir selon une éthique qui concilie la nécessaire liberté d'expression de la profession et son sens des responsabilités.

Certains ont pu considérer, concernant la déontologie et son contrôle, que la mise en place d'une institution réunissant les journalistes, ainsi que l'élaboration d'une déontologie à caractère impératif, pourrait leur permettre plus facilement l'obtention et la protection de certaines garanties qui leur sont nécessaires.

Pour assurer le respect des règles ainsi mises en place, on pourrait penser soit à la création d'une juridiction autonome ayant compétence en matière déontologique, soit à une extension des pouvoirs de la commission de la carte, qui, par sa composition paritaire et par l'intervention, au second degré de juridiction, de magistrats professionnels, donneraient toutes garanties.

Il est évident que de telles mesures ne peuvent pas être imposées et ne sauraient être envisagées que si un consensus se manifestait de la part des journalistes.

Le Conseil économique et social souhaite une prolongation et un développement de la réflexion qui est en cours à ce sujet chez les professionnels. Dans cette attente, il souhaite que soit favorisée l'adoption de chartes d'entreprise. Il estime par ailleurs que le rôle des syndicats professionnels du secteur devrait être affirmé dans ses responsabilités.

Il considère également que la création de conseils de rédaction paritaires composés de représentants des salariés et de l'employeur au sein des entreprises pourrait répondre à cette même préoccupation.

Notre assemblée recommande enfin la création de fonctions de médiateurs dans chaque entreprise. Leur indépendance serait mieux assurée si leurs carrières et leurs rémunérations n'en dépendaient pas directement. Un fonds spécial pourrait être constitué à cet effet.

Des rencontres, à l'échelon national, de ces médiateurs pourraient être prévues, comme le propose M. Charon dans le rapport déjà cité, afin de leur permettre d'échanger sur les expériences de chacun, d'élargir le débat engagé dans chaque rédaction concernée et d'assurer la publicité de ces réflexions de portée générale.

2. La formation

Le journalisme s'enseigne-t-il ? La controverse est vive entre les tenants d'un cursus comprenant une formation supérieure suivie d'un passage dans une école reconnue et ceux qui estiment que la « culture » journalistique s'acquiert par la pratique et qu'elle doit se compléter d'une solide culture « maison » développée avec le temps, les stages, les piges et les CDD... La vérité est sans doute à mi-chemin.

L'adaptation aux nouvelles techniques, constamment en évolution, rend plus nécessaire que jamais que les journalistes soient préparés à une profession dont la fonction sociale, culturelle et politique ne fera que croître. Paradoxalement, dans une profession dont la mission traditionnelle est d'informer le public et de contribuer à la formation de l'opinion publique, et qui nécessite donc une solide formation initiale aux connaissances actualisées, on constate avec étonnement que le pourcentage de journalistes ayant reçu une formation initiale ou continue a décru au cours de ces dernières années. Quatre-vingt cinq pour cent des journalistes français n'ont reçu aucune formation professionnelle initiale et soixante-quinze pour cent des titulaires de la carte professionnelle ne suivent aucune action de formation permanente durant leur carrière.

Nul ne paraît contester désormais la nécessité de réaliser des efforts importants, notamment dans le cadre du dialogue social, pour qu'une formation initiale et une formation continue soient organisées. Formation initiale, soit par une incitation au passage dans une école spécialisée préparant aux techniques journalistiques et comportant notamment une initiation du journaliste à ses responsabilités et à sa déontologie, soit par des modules préparant à ces mêmes

disciplines durant la période de stage. Développement, dans un cadre paritaire, d'une formation continue au sein des entreprises de médias, ou dans des centres agréés par la profession, dont il pourrait, dans les deux cas, être éventuellement demandé justification au moment du renouvellement de la carte professionnelle.

B - PROMOUVOIR L'ANALYSE CRITIQUE DE L'IMAGE : UNE RESPONSABILITÉ À PARTAGER

Même si l'on peut regretter que l'illettrisme soit encore trop présent dans un pays moderne comme le nôtre, même si l'on peut souhaiter que, à l'instar de la presse britannique, la presse française opère une séparation radicale entre l'énoncé des faits et l'expression de l'opinion, il n'en demeure pas moins que la quasi-totalité des citoyens ont appris dans leur jeune âge à lire et à écrire. Certes, longtemps, ce qui était imprimé dans le journal était tenu pour vrai. Mais, une distance critique, au moins partielle s'est peu à peu développée à l'égard de l'écrit.

En revanche, face à l'image, la vulnérabilité demeure réelle. Les événements de Timisoara puis la guerre du Golfe ont renforcé chez le téléspectateur le sentiment que l'image pouvait ne pas refléter la vérité et que le montage, l'angle de prise de vue pouvaient lui donner une signification dirigée. Même si la méfiance des citoyens à l'égard des médias, audiovisuels en particulier, s'est accrue, elle s'exprime de manière globale et indistincte et la capacité à décrypter l'image demeure insuffisante.

Il faut donc apprendre à mieux « lire l'image ».

1. Une nécessaire analyse critique des médias par eux-mêmes

Il est nécessaire que les médias eux-mêmes, ainsi qu'ils ont commencé à le faire, organisent leur propre autocritique et la mettent à la disposition du public.

La création de la fonction de « médiateur » est fort intéressante. Elle mérite, ainsi qu'il l'a été ci-dessus souhaité, d'être développée.

Mais il faut en outre apprendre à analyser l'image, en démontrer les mécanismes, les enchaînements ; apprendre comment son message, en tant que représentation de la réalité, peut influer sur sa perception et le sens qui s'en dégagent.

Les émissions telles que « *Arrêt sur image* » sur *La Cinquième* sont particulièrement riches et éclairantes sur ce point. Le projet de loi modifiant la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication, adopté en première lecture par l'Assemblée nationale, prévoit de confier à cette société la charge de contribuer, par sa programmation, à « *l'éducation à l'image et aux médias* ».

Il conviendrait de multiplier les émissions poursuivant cet objectif en inscrivant dans le cahier des charges des chaînes publiques et privées l'obligation de produire et diffuser des programmes de cette nature.

2. Un enseignement de « l'alphabétisation de l'image » en milieu scolaire

C'est également, et peut-être surtout, au niveau scolaire, qu'un effort doit être poursuivi.

Indépendamment d'initiatives expérimentales, locales, voire individuelles, conduites dans les établissements scolaires et certains centres de loisirs ou de vacances, les programmes officiels ne comportent guère d'étude de l'image. Elle a principalement été considérée comme un nouveau mode d'enseignement, complétant les systèmes traditionnels. Elle n'a pas été suffisamment exposée à la critique et à l'analyse.

Dès l'école, et impérativement à partir du collège, un enseignement spécifique doit être dispensé pour apprendre à « lire l'image ».

Le Conseil économique et social souhaite que les pouvoirs publics prennent des mesures directives ou incitatives en ce sens.

3. Une meilleure prise en considération du rôle des parents

Les familles de leur côté doivent être confortées dans leur rôle, notamment par des moyens adaptés mis à leur disposition pour favoriser l'apprentissage de l'analyse critique des images.¹

C - ADAPTER LE CADRE JURIDIQUE À L'ÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE

L'évolution rapide que viennent de connaître les techniques de la communication nécessite une remise à jour de la réglementation juridique.

1. Adaptation des lois sur la presse et sur l'audiovisuel

Avec le temps, des dispositions législatives à caractère technique peuvent perdre leur pertinence. Que le droit de la presse soit considéré comme un droit autonome ne saurait justifier le maintien de dispositions complexes et inappropriées, qui constituent autant de mesures restrictives au recours de la victime.

De la même manière, des différences existent entre presse écrite et audiovisuelle en matière de droit de réponse, qui pénalisent les citoyens qui aspirent à faire usage de leurs droits face à ces derniers. La persistance d'une telle discrimination, fondée sur des particularités techniques discutables, n'est guère admissible.

a) Les particularités procédurales de la « loi sur la presse »

Certes, ce n'est qu'avec beaucoup de précautions qu'il faut toucher à une loi aussi fondamentale. Elle a néanmoins traversé maintenant plus d'un siècle en ayant subi plus d'une trentaine de remaniements sans perdre sa force. Les modifications que le Conseil économique et social suggère d'apporter à ce texte ne visent nullement à en amoindrir la portée ni à porter atteinte aux principes fondamentaux qu'elle contient mais à faciliter aux citoyens l'exercice de leurs droits.

¹ La rédaction de cet alinéa a été modifiée à la suite de l'adoption, par un vote à main levée d'un amendement déposé par M. Taddei du groupe des personnalités qualifiées.

La rédaction initiale était la suivante :

« 3. Une meilleure prise en considération du rôle des parents

Les familles de leur côté doivent être confortées dans leur rôle, notamment par des moyens adaptés mis à leur disposition pour favoriser l'apprentissage familial de l'analyse critique des images »

Si les principes fondamentaux de la loi de 1881 restent d'actualité, on ne peut pas justifier les multiples difficultés et complications procédurales qui conduisent une instance sur deux à l'échec.

Le professeur Chavanne écrit : « *Telle qu'elle est réglementée actuellement, la diffamation constitue un délit que l'on s'accorde généralement à estimer mal réprimé. Sans parler du très bref délai de prescription, la procédure est restée hérissée d'embûches, de causes de forclusion, de cas de nullité qui mettent la victime dans une position difficile. De très nombreuses relaxes, alors qu'on se trouve dans un cas manifeste de diffamation, résultent de vices de procédure.* » (Jurisclasseur pénal annexe V° presse, diffamation, Fasc, 90).

Parmi d'autres exemples, on peut rappeler :

- le délai de citation devant le tribunal correctionnel qui, en droit commun est de dix jours et qui, en matière de diffamation ou d'injure est de vingt jours outre un jour par cinq myriamètres de distance (article 54 de la loi du 29 juillet 1881) ;
- le délai du pourvoi en cassation qui est de cinq jours en droit commun et de trois jours en matière de diffamation (article 59) ;
- la nécessité de qualification et l'impossibilité pour le tribunal, si le fait a été qualifié à tort de diffamation alors qu'il était une injure ou inversement, de modifier cette qualification et la nécessité de constater la nullité ;
- la nécessité de viser les textes avec précision, toute erreur entraînant la nullité ;
- mentions formelles dans les citations prévues à peine de nullité.

La liste pourrait être poursuivie.

Le Conseil économique et social souhaite que cette loi soit réexaminée en éliminant les obstacles procéduraux qui n'ont pas une justification essentielle.

b) Le droit de réponse dans l'audiovisuel

Le droit de réponse tel qu'il est organisé dans les services de communication audiovisuelle par l'article 6 de la loi du 29 juillet 1982 et les textes subséquents doit être modifié.

Malgré les spécificités techniques de l'audiovisuel, il ne paraît pas raisonnable d'exiger que le droit de réponse soit invoqué dans les huit jours de l'émission. Le délai de huit jours est trop bref. Il faut envisager de l'allonger.

Il est en outre, en matière de communication audiovisuelle, limité au cas où le message incriminé comporte des « *imputations susceptibles de porter atteinte* » à l'honneur ou à la réputation. Cette condition n'est pas prévue dans le cadre de la presse écrite. Il suffit qu'une personne ait été mise en cause ou que lui soient prêtés des propos pour qu'un droit de réponse lui soit ouvert sans qu'elle ait à démontrer une atteinte à l'honneur ou à la réputation.

Enfin, ce droit ne peut être valablement exercé que dans la mesure où l'intéressé pourra obtenir, sur simple demande, dans les 48 heures, une communication de l'émission au cours de laquelle il a été cité.

Le Conseil économique et social souhaite donc que le droit de réponse en matière de communication audiovisuelle puisse être exercé dans un délai raisonnable et qu'il ne soit pas conditionné par une atteinte à l'honneur ou à la réputation. Il souhaite en outre que, sur simple demande, l'entreprise soit tenue de remettre, aux frais du demandeur, une copie de l'émission au cours de laquelle il a été cité.

2. Unification des régimes juridiques

La division entre la presse écrite, la communication audiovisuelle et en ligne, paraît devoir s'estomper. Les générations à venir liront probablement leur journal ou les livres sur un écran escamotable d'ordinateur. En tout cas, la diversité des régimes juridiques et leur complexité entraînent des difficultés qui ne se justifient pas.

Le Conseil économique et social souhaite donc que soit mise en œuvre une réflexion tendant à l'unification de l'ensemble des régimes juridiques de l'information et des médias et que soit promulgué un « code de la communication ».

L'œuvre est certainement lourde et délicate. Mais il faudrait qu'elle soit entreprise dans les meilleurs délais.

3. Les dérives apportées par les nouvelles technologies

Les progrès techniques ont provoqué de nouvelles possibilités d'infractions ou ont aggravé les conséquences de celles qui étaient déjà prévues. Le code pénal doit être adapté à cette évolution.

a) Le délit de fausse nouvelle

Le délit de fausse nouvelle est prévu par l'article 27 de la loi du 29 juillet 1881. Cet article punit d'un emprisonnement de trois ans et d'une amende de 300 000 F « *la publication, la diffusion ou la reproduction, par quelque moyen que ce soit, de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers lorsque, faites de mauvaise foi, elle aura troublé la paix publique ou aura été susceptible de la troubler...*

La condition apportée par le texte pour qu'il y ait infraction, à savoir que l'on puisse relever un trouble à la paix publique, en réduit considérablement la portée. Son application a été rarissime.

Les moyens de communication actuels qui permettent la diffusion d'un événement ou d'une information en temps réel avec les risques liés à l'urgence, mais aussi la propagation consciente de fausses nouvelles impliquent que ce texte puisse être plus largement utilisé. Pour en faciliter l'application, le Conseil économique et social estime donc nécessaire, pour qu'une infraction soit établie, que soit supprimée la référence au trouble à la paix publique.

b) Les « bidonnages » et faux documentaires

Les nouvelles technologies permettent plus facilement qu'autrefois la manipulation des sons et des images. C'est pourquoi il y a lieu de prévoir une obligation pour l'entreprise de communication d'avertir le spectateur lorsqu'il s'agit d'une reconstitution et non pas d'informations documentaires, d'attirer

également son attention lorsque les images présentées sont, soit des images de synthèse, soit des images d'archives qui ne correspondent pas à une information actuelle.

Il est également nécessaire que le téléspectateur sache qu'il s'agit d'une émission en direct ou en différé, différents effets, le montage notamment, pouvant altérer ou transformer largement la réalité dans la seconde hypothèse.

Le fait de ne pas respecter cette obligation d'informer serait sanctionné d'une peine spécifique incorporée au code pénal.

Dans le même ordre d'idées, il serait souhaitable que la qualité de la personne qui s'exprime à la télévision, à la radio ou de celle dont un article est publié dans la presse soit immédiatement identifiable par le téléspectateur, l'auditeur ou le lecteur. Ainsi, les journalistes professionnels pourraient-ils être instantanément distingués des présentateurs, animateurs et autres professionnels appelés à s'exprimer dans les médias.

III - ENGAGER UNE RÉFLEXION NATIONALE ASSOCIANT TOUS LES PARTENAIRES CONCERNÉS

Le développement médiatique est un des grands faits de civilisation qui aura marqué la fin de notre siècle. Même si chacun d'entre nous a la conscience de l'importante mutation qui se déroule sous nos yeux, il est difficile d'en percevoir les prolongements et les transformations radicales qu'il apporte et va apporter rapidement dans notre vie quotidienne.

Ses bienfaits sont évidents ; ses risques peu mesurables ne peuvent être écartés. D'ores et déjà des dérives inadmissibles ont pu être constatées sur l'internet avec la présence de sites pédophiles, d'incitation à la haine raciale, à la violence et aux trafics illicites de toute nature.

Un phénomène de cette envergure impose, comme cela a été le cas pour la biologie, la constitution d'organismes non gouvernementaux composés de personnalités reconnues pour la qualité de leurs travaux, consacrant leurs compétences et leur savoir à une réflexion et à une prospective permettant de baliser la piste et de l'éclairer.

Le Conseil économique et social souhaite la constitution d'une commission consultative de « Média-éthique » qui procéderait à des évaluations périodiques sur le fonctionnement et les évolutions des médias et qui, sur ces bases, pourrait formuler des propositions répondant aux nécessités des situations nouvelles.

Cet organisme pourrait être composé sur le modèle du Comité consultatif national d'éthique (CCNE) créé par le décret du 23 février 1983 et comprenant des personnalités désignées par le Président de la République et par différents ministres, des membres de l'Assemblée nationale, du Sénat, du Conseil d'Etat, de la Cour de Cassation, auxquels il serait peut-être opportun d'ajouter un membre du Conseil économique et social.

*
* * *

Cet avis ne constitue évidemment qu'une nouvelle étape sur la voie d'une réflexion qui doit demeurer permanente dans un domaine en plein bouleversement.

Il appartiendra à l'Homme de maîtriser ces merveilleuses possibilités de développement de la communication et du partage de la culture qui lui sont offertes.

ANNEXE A L'AVIS

SCRUTIN

Scrutin sur l'ensemble du projet d'avis

<i>Nombre de votants</i>	<i>194</i>
<i>Ont voté pour</i>	<i>166</i>
<i>Ont voté contre</i>	<i>6</i>
<i>Se sont abstenus</i>	<i>22</i>

Le Conseil économique et social a adopté.

Ont voté pour : 166

Groupe de l'agriculture - MM. Baligand, Ballé, de Beaumesnil, Jean-Pierre Boisson, Bros, Bué, Mme Chézalviel, MM. Coste, De Rycke, Ducroquet, Giroud, Guyau, Hervieu, Lemétayer, Louis, Marteau, Mme Méhaignerie, MM. Patria, Raoult, Rigaud, Rousseau, Stéfani, Szydłowski, Thévenot.

Groupe de l'artisanat - M. Arianer, Mme Bourdeaux, MM. Buguet, Delmas, Gilles, Kneuss, Lardin, Perrin, Teilleux.

Groupe des associations - MM. Coursin, Gevrey, Mmes Jacqueline Mengin, Mitrani.

Groupe de la CFDT - Mmes Azéma, Battut, Briand, MM. Bury, Capp, Mme Coeurdevey, M. Denizard, Mme Lasnier, MM. Lorthiois, Mennecier, Moussy, Mmes Paulet, Pichenot, MM. Quintreau, Rousseau-Joguet, Vandeweegehe.

Groupe de la CFE-CGC - MM. Bonissol, Chaffin, Fournier, t'Kint de Roodenbeke, Sappa, Terrien, Walter.

Groupe de la CFTC - MM. Deleu, Faki, Naulin, Michel Picard, Mme Prud'homme, M. Wéber.

Groupe de la CGT - MM. Alezard, Andouard, Mmes Brovelli, Crosemarie, MM. Decisier, Demons, Mme Duchesne, MM. Forette, Larose, Le Duigou, Manjon, Masson, Moulin, Muller, Potavin.

Groupe de la CGT-FO - M. Bailleul, Mme Biaggi, MM. Bouchet, Caillat, Gamblin, Gaudy, Grandazzi, Mme Hofman, M. Jayez, Mme Monrique, MM. Pinaud, Roulet, Sohet.

Groupe de la coopération - Mme Attar, MM. Courtois, Ducrotté, Gonnard, Grave, Philippe Mangin, Marquet, Jacques Picard, Verdier.

Groupe de l'outre-mer - MM. Aboubacar, Pen, Mme Tjibaou.

Groupe des entreprises privées - MM. Bernard Boisson, Cerruti, Chesnaud, Michel Franck, Pierre Gauthier, Ghigonis, Gilson, Gorse, Lebrun, Leenhardt, Marcon, Noury, Pellat-Finet, Pinet, Séguy, Didier Simond, Sionneau, Talmier, Tardy, Trépant, Veysset.

Groupe des entreprises publiques - MM. Ailleret, Bailly, Mme Bouzitat, MM. Brunel, Careil, Chauvineau, Gadonneix, Martinand, Vial.

Groupe de l'UNSA - MM. Andreau, Barbarant, Masanet.

Groupe des Français établis hors de France, de l'épargne et du logement - M. Cariot, Mme Rastoll, M. Reucher.

Groupe de la mutualité - MM. Caniard, Chauvet, Davant, Ronat.

Groupe des personnalités qualifiées - Mme Braun-Hemmet, MM. Camoin, Cannac, Dechartre, Mme Guilhem, MM. Mékachera, Pasty, Piazza-Alessandrini, Roussin, Souchon, Teulade.

Groupe des professions libérales - MM. Chambonnaud, Salustro.

Groupe de l'UNAF - MM. Billet, Boué, Bouis, Guimet, Laune, Mmes Lebatard, Marcilhacy.

Ont voté contre : 6

Groupe des personnalités qualifiées - MM. Bonnet, Mmes Garcia, Le Galiot-Barrey, Rossignol, Steinberg, M. Taddei.

Se sont abstenus : 22

Groupe des personnalités qualifiées - MM. Bennahmias, Bichat, Brard, Mme Brunet-Léchenault, MM. Debout, Dondoux, Duhartcourt, Mme Elgey, M. Fiterman, Mme Anne-Catherine Franck, MM. Ghayet, Jeantet, de La Loyère, Mme Lindeperg, MM. Motroni, Navarro, Mme Pailler, MM. Didier Robert, Schapira, Steg, Mme Wieviorka.

Groupe de l'UNAF - M. de Viguerie.

DÉCLARATIONS DES GROUPES

Groupe de l'agriculture

Dans un monde où les enjeux sont devenus internationaux, où la communication elle-même est devenue un outil de puissance planétaire, où l'image et l'instantané tendent à prendre le pas sur l'analyse et la réflexion, les médias constituent des éléments forts et incontournables de notre société.

Les médias demeurent en premier lieu le support privilégié de la démocratie. Sans pluralité des débats, sans possibilité d'exprimer son opinion et de faire connaître son opposition, il n'existe pas de société fondamentalement démocratique. Les médias sont un formidable relais de la liberté. En dévoilant les faits, en informant les citoyens, en influant sur les pouvoirs politiques, ils constituent un contre-pouvoir dont on ne peut que se féliciter aujourd'hui. L'histoire est remplie de ces exemples qui nous disent combien les rédacteurs de la Déclaration des Droits de l'Homme étaient visionnaires en affirmant solennellement la liberté de la presse.

Pour autant, les médias, comme Janus, présentent un double visage. Derrière le pouvoir d'informer se cache parfois celui de calomnier. Des excès médiatiques peuvent défaire des vies, ruiner des entreprises, véhiculer des préjugés et apporter, dans des cas extrêmes, le mensonge et l'opprobre.

C'est pour répondre à cette ambivalence qu'il convient d'affermir les conditions d'un équilibre entre la nécessaire liberté d'information et la non moins importante protection du citoyen.

1 – La diversité de l'information et plus encore des producteurs d'information s'avère un rempart contre les influences extrêmes. Elle doit pour cela être systématiquement favorisée. Il faut aujourd'hui regarder d'un œil plus vigilant les concentrations d'entreprises et s'assurer qu'elles ne conduisent pas à monopoliser le pouvoir de l'information.

2 – Les législateurs de 1881 ne pouvaient pas prévoir l'extraordinaire développement des médias, leur emprise sur la vie quotidienne dès le plus jeune âge et les dérives auxquelles nous assistons aujourd'hui. Aussi, les médias doivent-ils avoir une plus grande conscience de leur rôle et, en raison même de leur influence, se montrer plus responsable de leur pouvoir. Ils devraient observer de façon plus stricte un code de bonne conduite ou une charte déontologique qui concilieraient la nécessaire liberté d'expression de la profession et son sens des responsabilités.

Le monde évolue et les prérogatives de chacun doivent être préservées. Peut-on, dans ces conditions, croire qu'une loi du siècle dernier, même modifiée, suffira à régler des problèmes du siècle prochain ? Peut-on faire semblant de ne pas voir l'extraordinaire mutation technique des médias, leur omniprésence et leur puissance ?

L'immobilisme sur ces questions, aujourd'hui, ne peut être envisagé.

Groupe de l'artisanat

Droit fondamental de la démocratie à laquelle le groupe de l'artisanat est fortement attaché, le droit à l'information doit être préservé de toute tentative d'uniformisation de la pensée.

Devant la tendance croissante au regroupement des capitaux dans les sociétés de multimédia, cette menace est réelle et rend urgente l'intervention des Pouvoirs publics pour organiser la transparence et contrôler ces concentrations afin d'assurer l'indépendance des médias et le pluralisme de l'expression, seuls garants de la liberté d'information.

Partageant les mesures préconisées dans l'avis concernant la presse écrite, le groupe de l'artisanat s'interroge sur celles relatives aux nouveaux médias, compte tenu du flux d'informations considérable qu'ils drainent et de la difficulté à connaître et vérifier les sources. L'internationalisation des sites mériterait une réflexion dépassant le cadre français, ce que l'avis n'envisage pas.

Soucieux d'une meilleure qualité de l'information, le groupe de l'artisanat comprend la nécessité d'une réforme de la justice au regard des distorsions actuelles d'accès et de secret des sources et surtout celle de simplification de la législation en matière de pénalités, rendant ainsi l'application plus effective. Dans le même esprit, la mise en place d'une déontologie de la profession de journalistes s'impose, si, demain, comme le souligne l'avis, les journalistes sont les interprètes et intercesseurs du citoyen.

En élargissant les responsabilités des journalistes à ce rôle social, il va de soi que leur formation doit être revue, d'autant que les techniques sont en plein bouleversement. Le fait de conditionner la carte presse à un niveau de formation peut être un moyen de s'assurer d'un certain professionnalisme tout en sachant qu'il ne peut être une garantie de bon usage.

De même est-on en droit d'exiger d'un côté plus de responsabilité de la part des journalistes et de l'autre augmenter leur contrôle par des chartes d'entreprise ou des comités de rédaction ? La question reste entière.

S'agissant de la protection du citoyen, le groupe de l'artisanat aurait souhaité que les mesures imposées aux médias, en matière d'éducation, ne soient pas limitées à l'analyse de l'image et de ses messages mais aussi étendues à une meilleure connaissance de ses droits, la complexité des réponses juridiques citées dans l'avis, étant la preuve d'une certaine discrimination à l'égard du simple citoyen.

A travers cet avis, l'urgence d'une véritable réforme de fond de l'audiovisuel et de la justice se dessine avec force et mériterait que soit ouvert rapidement le débat. La voie est toute tracée, le groupe de l'artisanat rejoint les vœux du Conseil économique et social pour y être associé.

Le groupe de l'artisanat a voté favorablement cet avis.

Groupe des associations

Le rapporteur n'a pas esquivé les difficultés en engageant cette réflexion sur « la liberté d'information et la protection du citoyen face au développement des médias ».

L'avis touche en effet à deux des libertés fondamentales : le droit d'informer, le droit du citoyen à voir sa vie privée protégée. En apparence, ces deux libertés pourraient s'affronter, mais l'avis a contribué à apporter des réponses qui aideront à sauvegarder en même temps ces deux libertés.

Cependant, il n'est pas toujours facile de déterminer la frontière au-delà de laquelle l'une de ces libertés pourrait empiéter sur l'autre. Comment savoir parfois si l'on a franchi ou non le mur de la vie privée ?

Le rapporteur, a su éviter plusieurs écueils notamment vouloir modifier radicalement la loi de 1881, loi de grande liberté. Il propose d'en retirer quelques anachronismes procéduraux. Pourquoi pas ? Mais alors le législateur devra être attentif, car, pour reprendre l'expression de Robert Badinter à ce sujet, si l'on doit toucher à cette loi « il faudrait ne le faire que d'une main tremblante ».

Le rapporteur appelle à une véritable déontologie des grandes groupes de presse et des journalistes. Pour les premiers, il pose en outre la question du pluralisme de l'information, en signalant les risques des concentrations nationales comme internationales. Pour les seconds, les journalistes, et le terme recouvre plusieurs métiers, l'avis insiste sur la formation à leur droits et devoirs.

Notre groupe n'aurait pas été favorable à un préalable d'une formation obligatoire dans une école de journalisme. Sans nier la formation initiale possible, le groupe est bien conscient de la nécessité d'une formation continue tout au long de cette carrière d'informateur. Formation d'autant plus indispensable que les techniques de communication évoluent sans cesse. Notre groupe n'aurait pas non plus approuvé une proposition tendant à créer un ordre des journalistes mais soutient les trois mesures proposées pour une déontologie et les mesures concrètes qui en découlent.

Notre groupe approuve particulièrement deux des propositions de l'avis :

A - celle sur l'élargissement du CSA à des personnalités représentatives du monde des usagers.

B - celle sur l'éducation généralisée à l'image dans le cadre scolaire, comme, à notre avis, dans le monde associatif.

Des formations spécifiques devraient être proposées aux enseignants et ajouterons-nous, aux animateurs, dans l'esprit des initiatives appréciées du CLEMI (Centre de liaison de l'Enseignement et des moyens d'Information.)

Nous soulignons par contre une absence dans cet avis, elle concerne la Presse Spécialisée, et notamment celle de l'expression de la société civile qui contribue à la vie démocratique de notre pays. Outre ses fonctions d'information, elle constitue également un outil de formation professionnelle permanente et continue des salariés des entreprises pour les questions scientifiques, économiques, juridiques, techniques et autres... Cette mission a d'ailleurs été confirmée à la Fédération de la Presse en date du 17 août 1998, par le ministère du travail.

Notre groupe, ne voulant pas prolonger le débat, n'a pas déposé d'amendement sur ce point. Mais en raison même de la composition du Conseil économique et social il estime qu'une attention particulière doit être portée à la

Presse spécialisée, aux missions qu'elle assume, aux problèmes qu'elle rencontre. Le groupe a voté l'avis.

Groupe de la CFDT

Dans les pays démocratiques où la liberté d'informer existe, et singulièrement dans le nôtre, ce qui pose problème c'est, au regard des concentrations massives dans les domaines de la production et de la diffusion de l'information, la nature de l'actionnariat de ceux qui possèdent les réseaux multimédias. A cet égard, l'avis souligne les risques de confusion entre les « intérêts d'industrie » qui ont à faire valoir leur présence sur les grands marchés publics en même temps qu'ils ont à produire une information, que l'on souhaiterait objective et d'approche pluraliste.

L'avènement des technologies de pointe en matière d'information, par leurs potentialités nouvelles, représente – et ce n'est pas négligeable – une augmentation du risque de manipulation.

Il y a beaucoup d'informations aujourd'hui pour qui veut savoir. Les sources, les moyens sont multiples. On sait quels dangers recèle l'information brute, sans mise en perspective. De ce fait, le principal défi reste d'offrir au plus grand nombre la qualité dans la médiation de l'information. C'est une préoccupation particulièrement aiguë en ce qui concerne le réseau Internet.

Il y a urgence à créer une confrontation publique sur l'évolution des professions et des pratiques dans les médias pour rendre lisible et compréhensible le débat sur la société de l'information et de la communication.

L'avis comporte une série de préconisations en matière de réglementation, allant de la nécessaire formation des journalistes à la mise en place d'un « haut conseil » en passant par la formation du jeune citoyen à l'image. Elles représentent un intérêt certain, mais se révèlent encore insuffisantes au regard des enjeux.

Les solutions résident principalement dans le pluralisme des titres, dans la reconnaissance juridique et la prise en compte des équipes rédactionnelles pour les garanties d'indépendance qu'elles doivent absolument avoir.

Cela relève de la responsabilité conjointe des lecteurs, élément critique au bon sens du terme, ainsi que des professionnels, dans la perception qu'ils ont de leur responsabilité envers une liberté fondamentale qu'ils doivent porter à son meilleur niveau.

Sans être totalement satisfait des propositions qui ne lui semblent pas à la hauteur des enjeux, mais approuvant la démarche générale, le groupe CFDT a voté l'avis.

Groupe de la CFE-CGC

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont déclenché une révolution qui propulse l'humanité dans l'ère de l'information et oblige la presse, quelle que soit sa forme, à repenser son rôle d'informateur tout en cherchant à mieux connaître son public et ses besoins.

Désormais, les moyens techniques d'investigation dont elle dispose favorisent les excès et le désenchantement d'une partie du public que de trop nombreux dérapages ont rendu méfiant.

La réflexion engagée par le CES sur l'indépendance et la régulation des médias au regard de la nécessaire protection du citoyen va dans le sens des préoccupations de la CFF-CGC qui croît en la nécessité de la promotion d'une déontologie propre à la profession de journaliste.

A cet égard, l'avis constitue une bonne analyse de l'ambivalence de la liberté de l'information dans la confrontation entre l'informateur et le public.

Le groupe de la CFE-CGC estime que l'avis ouvre des perspectives intéressantes dans la recherche de cet équilibre.

Le groupe de la CFE-CGC souscrit aux propositions de l'avis.

Le groupe de la CFE-CGC a voté l'avis.

Groupe de la CFTC

La loi du 29 juillet 1881 proclame la liberté de la presse et, dans le même temps, protège le citoyen des abus éventuels. Au-delà des règles déontologiques qui équilibrent les droits et devoirs d'une profession, la difficulté réside dans le choix, vue la masse d'informations proposée. Il est impératif d'avoir une procédure de labellisation pour éviter au maximum les dérives que la diffusion de l'information, incontrôlée, et en temps réel, va certainement générer.

Ce secteur en pleine mutation nécessite une mobilisation importante de capitaux, entraînant des opérations de concentration qui peuvent mettre en cause le pluralisme. Cette orientation se sent notamment dans la presse régionale.

La liberté de l'information est indispensable pour éviter une information à sens unique, aboutissant à la promotion de la « pensée unique ».

La limite doit être le respect de la personne, de sa vie privée, laquelle doit être conciliée avec le respect du principe du secret des sources. Le journaliste, doit s'inscrire dans le respect d'une éthique en s'appuyant sur une déontologie partagée.

Il faut certainement repenser le rôle du CSA en confortant son rôle, comme le préconisait le rapport du Conseil économique et social présenté par M. Hadas-Lebel en 1997. Une représentation des usagers devrait être admise en son sein.

Avoir une information de qualité postule qu'une réflexion intervienne sur le statut du journaliste en incitant les Pouvoirs publics à s'engager dans une politique de formation professionnelle, grâce à la formation continue, notamment axée sur les aspects juridiques de la responsabilité de la presse.

Une attention toute particulière devrait être portée au statut des pigistes qui bien souvent sont contraints à cette situation pour des raisons économiques.

Concernant la formation du public, une nécessité s'impose, à savoir l'apprentissage de la lecture de plusieurs journaux, dans un cadre associatif, afin de développer le discernement.

Ce n'est pas de l'outil dont il faut se préserver, mais de celui qui s'en servirait mal.

Le groupe de la CFTC a voté l'avis.

Groupe de la CGT

Nous touchons là à deux droits fondamentaux : la protection du citoyen dans le monde médiatique actuel qui mérite effectivement que nous y accordions la plus grande importance et la liberté d'informer qui doit être une des bases de notre démocratie. Et, par extension, le document énonce un troisième droit : celui, pour chaque citoyen, de bénéficier d'une information honnête, pluraliste, assurée par des médias indépendants.

La course à l'audience et à l'audimat, la recherche du « scoop » comme moyen d'attirer le chaland, ont contribué à cette marchandisation de l'information et ont conduit à des dérapages et des bidonnages que tout le monde a en mémoire. Publier ou diffuser ce qui fait vendre ! Cette formule tend à uniformiser le contenu des journaux écrits ou télévisuels et à affadir les arguments qui pourraient être échangés lors d'un vrai débat public.

Notre pays connaît une vague de concentration de la presse inconnue à ce jour. Cela est évoqué dans l'avis, mais nous souhaitons amplifier ce propos : de grands groupes de communication se forment aujourd'hui, regroupant sous leur égide toutes les formes de médias, risquant encore d'aggraver l'uniformité de l'information.

Par quelques propositions pertinentes, l'avis fait apparaître que le marché ne peut réguler un secteur aussi sensible que l'information et qu'il faut des mesures publiques pour assurer le pluralisme et l'indépendance des médias.

Notre pays a certes besoin de groupes de communication présents et actifs dans la lutte qui se mène de nos jours à l'échelle planétaire. C'est en s'appuyant sur nos atouts que cela pourra se faire, atouts qui sont pour une part dans le secteur public de l'audiovisuel et celui des télécommunications. Mais également sur des institutions communes aux médias comme l'AFP, le réseau de distribution de la presse écrite, aujourd'hui soumis à des restructurations dont on peut redouter la finalité si elles tournaien le dos à leur mission initiale. Nous disposons de textes de lois, de systèmes d'aides d'une organisation sociale, de statuts de salariés, qui devaient, à leur origine, contribuer à assurer le pluralisme. Nous soutenons l'idée d'une réforme de ces dispositifs avec l'objectif d'en préserver les principes et de l'étendre à des nouveaux secteurs de la communication qui ont besoin de régulation et d'une législation.

Nous aurions souhaité que l'avis soit plus exigeant sur la mise en oeuvre des propositions. En effet, sans une réelle volonté politique des pouvoirs publics, des éditeurs, des opérateurs, de considérer l'information aussi comme une « exception culturelle » qui nécessite des mesures exceptionnelles, les propositions resteront des voeux pieux. Et nous n'avons pas, à l'heure d'aujourd'hui, suffisamment d'engagements sur ce point de leur part. Une place importante est accordée à la déontologie et à la manière de la faire respecter, entre autres en l'abordant sous l'angle des rapports entre éditeurs-patrons des médias et les journalistes.

Il s'agit de rapports de salariés à employeurs et par voie de conséquence, marqués par divers facteurs dont l'emploi, son statut en font partie. L'avis précise fort justement, que les salariés de la distribution de la presse devraient bénéficier d'un statut social offrant plus de garanties. Nous considérons que les journalistes, dans leur grande majorité, sont également concernés par un développement d'une forme de précarité.

La mise en place d'une institution réunissant les journalistes pour veiller au respect de la déontologie se heurte à ces réalités sociales et à la difficulté de définir des règles qui pourraient un jour, être utilisées pour restreindre la liberté d'information et celle du journaliste. Une institution de ce type ne correspond pas à notre conception régissant les règles de notre société.

Le projet d'avis fait des propositions, esquisse des perspectives, émet des voeux et des souhaits, c'est une des raisons qui nous conduit à voter l'avis.

Groupe de la CGT-FO

L'avènement de nouveaux moyens de communication a toujours suscité de la part des pouvoirs, sous des prétextes plus ou moins justifiés, le souci d'en contrôler l'expression.

En France, nul ne conteste l'imbrication croissante entre les médias et les groupes industriels.

Sous prétexte de libérer les chaînes publiques de l'emprise du pouvoir on les a privatisées les soumettant ainsi, à un autre pouvoir, tout aussi dangereux, celui de l'argent.

Malgré les ordonnances de 1944 et les lois de 1985 et 1986, une concentration importante s'est opérée dans les secteurs de la presse et de l'audiovisuel.

Dans les grandes régions, il y a 50 ans, coexistaient plusieurs journaux de sensibilité différente. Aujourd'hui n'existe plus, ou bientôt plus, qu'un seul titre souvent lié à des groupes nationaux voire internationaux. Ceux-ci, directement ou par des financements croisés, détiennent des participations importantes dans plusieurs médias. L'intérêt que portent les fonds d'investissements étrangers aux grands médias français n'est pas, non plus, gage d'une amélioration future.

Dans ce contexte, le journaliste est souvent le bouc émissaire d'une situation qu'il a bien du mal à maîtriser. Salarié de plus en plus précaire, son devenir dépend, certes, de son talent mais aussi de sa capacité à conjuguer les intérêts du journal et les directives rédactionnelles avec sa propre analyse. A ce sujet, nous observons que les propositions contenues dans l'avis pour faciliter le travail des journalistes ont le mérite d'être contrebalancées par un ensemble de propositions visant à améliorer la protection des citoyens.

Force ouvrière est notamment favorable, à la prise en compte de la formation initiale et au développement de la formation permanente chez les journalistes. Pour autant, si des mesures adaptées peuvent être prises dans ce sens, il faut qu'elles le soient en respectant le cadre paritaire.

Nous apprécions que le rapporteur ait retiré sa proposition de constitution d'un « ordre des journalistes », considéré, par beaucoup d'entre eux, comme

dangereux et réducteur de leurs libertés. Pour eux, les pistes de réflexion visant à remédier aux dérapages éventuels doivent s'orienter à la fois vers le fonctionnement de l'institution judiciaire elle-même et celui des médias comme entités économiques où la course à l'audience, à la pub, à l'image ou à l'info à tout prix conduisent aux pires dérives. En revanche, la proposition visant à associer les équipes rédactionnelles à la définition de la ligne éditoriale risque, selon nous, d'amoindrir la liberté et la capacité de résistance des journalistes face à leur direction. De même, nous sommes défavorables à des « chartes déontologiques d'entreprise ». Cependant, nous partageons les propositions du rapporteur visant à conforter l'indépendance des médias notamment, à travers une réforme du Conseil supérieur de l'audiovisuel, et à assurer le pluralisme, tant dans le domaine de la presse écrite que dans celui de l'audiovisuel.

Compte tenu de la prise en compte de la plupart de ses observations, le groupe FO votera le projet d'avis.

Groupe de la coopération

Le groupe de la coopération approuve l'avis de M. Chambonnaud mais souligne les deux points fondamentaux qui n'ont pu être développés : la déontologie et la notion d'ordre.

Le débat né dans la presse sur le projet de loi relatif au droit de l'image conclut - à la quasi-unanimité - qu'il vaut mieux faire confiance à la déontologie des professionnels qu'à la loi.

Mais de quelle déontologie parle-t-on et de quelle protection du citoyen ?

En démocratie, on fait confiance à des institutions et non à des individus. Nombreux sont les exemples où cette confiance a été déçue et où la déontologie dont se réclament les journalistes s'est montrée inopérante.

Dès lors, comment expliquer que le projet de loi soit contesté par la profession, mais que de la même façon tout projet « *d'ordre* » soit également honni alors qu'il représente une alternative à la loi et la possibilité pour une profession de s'organiser et de se régenter (en se dotant d'outils internes de sanction).

Les appels à la déontologie seront donc plus convaincants quand ils trouveront réponses aux manquements à celle-ci. Pour le moment, ils ne sont entendus que comme une simple manifestation de corporatisme.

Le groupe de la coopération regrette vivement que le rapporteur n'ait pu faire des propositions sur ce point.

Groupe des entreprises privées

Le groupe approuve les principales orientations du rapporteur, notamment celles qui concernent le développement souhaitable de la formation.

Il tient cependant à souligner qu'il regrette que le rôle significatif du secteur privé dans les médias soit considéré de manière négative : la question des concentrations, pourtant complexe, est en effet envisagée sous l'angle unique de mesures législatives ou réglementaires, gommant les considérations

économiques, ignorant les réalités du marché et les exigences de la concurrence. De plus, l'efficacité de ces mesures est loin d'être acquise.

Néanmoins, le groupe a voté favorablement l'avis compte tenu des autres propositions et de la tonalité générale du rapport.

Groupe des entreprises publiques

Le groupe des entreprises publiques regrette que l'instruction sur le rapport et l'avis présentés par M. Chambonnaud soit aussi avancée.

Il aurait souhaité que la réflexion sur le rôle respectif du secteur public et du secteur privé de l'audiovisuel soit menée dans le cadre de leurs missions respectives de service public.

Car, s'il est vrai que le secteur public doit jouer un rôle exemplaire par rapport aux sujets traités, le rôle du secteur privé ne saurait en effet être oublié, du fait de sa place dans le paysage audiovisuel.

En dépit de cette remarque, le groupe des entreprises publiques votera le projet d'avis.

Groupe de la mutualité

Le groupe de la mutualité a particulièrement apprécié que le Conseil économique et social examine de sa propre initiative un sujet très actuel qui touche tout à la fois au fonctionnement de la démocratie et au respect de la personne humaine.

La liberté de l'information et l'aide au développement des médias constituent un enjeu capital pour la société civile et particulièrement le mouvement mutualiste, dans une période où des menaces diverses pèsent sur sa presse.

Le groupe de la mutualité approuve l'ensemble des propositions qui sont faites mais il considère que le problème trouve ses racines plus profondément dans la formation au civisme dès l'enfance. L'enfant, puis l'adolescent, doit intégrer, en effet, un certain nombre de principes touchant au respect de la vie privée. Son esprit critique doit également être exercé à se faire une idée objective de la réalité par la confrontation des nombreuses sources d'information.

C'est pourquoi « l'alphabétisation de l'image », comme la désigne le projet d'avis, devrait s'intégrer dans une formation globale à la communication et tout particulièrement à l'écrit, qui pourrait imprégner l'ensemble des disciplines scolaires. La déontologie ne se décrète pas, elle s'enseigne, quelle qu'en soit la matière : communication, santé, comportement social...

Le groupe de la mutualité estime, comme le projet d'avis, nécessaires le réexamen des lois sur la presse et l'audiovisuel, la mise en œuvre de l'unification des régimes juridiques, pourvu que soit respectée la spécificité des entreprises de l'économie sociale. Il juge par contre superfétatoire toute construction de code déontologique ou, même, d'ordre professionnel qui n'ont pas fait la preuve d'une efficacité en matière de moralisation mais qui tendent par contre à renforcer les

systèmes d'autodéfense des métiers qui en bénéficient. Le projet d'avis évite cet écueil dans ses recommandations, ce dont le groupe se félicite.

Enfin, le groupe de la mutualité approuve particulièrement la proposition de mise en œuvre d'une participation de tous les partenaires sociaux et médiatiques à une réflexion et à une responsabilisation dans ce champ de la vie sociale et démocratique. Il a voté favorablement.

Groupe des personnalités qualifiées

Mme Pailler : «Je commencerai à rappeler, dans l'intérêt de cet avis et de l'institution que ce travail ne sera remarqué que s'il dépasse les thèmes déjà largement débattus.

Je m'étonne de la référence faite par le projet d'avis au journaliste, qui s'en tiendrait « à la relation des faits de façon objective ». Personnellement, je n'en ai jamais rencontré et pensais même qu'Hubert Beuve-Méry avait épousé la question de l'objectivité. Néanmoins, sans nier l'existence de ce type de journalisme, il reste minoritaire comparé à celui qui fait droit à la subjectivité et au pluralisme de l'information. Du journaliste reporter d'images, à l'éditorialiste en passant par le présentateur vedette ou le meneur de débats : on est très loin de la relation des faits.

Par ailleurs, je sais d'expérience qu'on ne saurait traiter de la liberté d'information et de la protection du citoyen sans réfléchir et trouver des solutions à la précarité de la profession et notamment des pigistes qui peuvent être contraints de s'autocensurer pour garder leur emploi.

J'arrive d'une réunion à Radio France de laquelle je suis sortie inquiète et bouleversée devant la détresse de journalistes d'expérience qui n'osaient avouer que leurs revenus étaient inférieurs au RMI. Or la liberté d'information, c'est aussi de ne pas laisser les entreprises de presse avoir recours, de façon massive, aux journalistes pigistes.

Autre question d'importance si le Conseil économique et social souhaite que ses avis soient en prise avec l'actualité ou, mieux encore, aident à penser un avenir qui ne se limite plus au plan national, je me réjouis que notre Assemblée ait accepté d'ajouter l'extrait du traité d'Amsterdam qui fait mention pour la première fois dans l'histoire de la construction européenne, de la notion de service public et cela, justement, en matière de radiodiffusion et d'information.

Par ailleurs, le financement de la télévision publique doit se libérer du joug de la publicité et de ses exigences, contraires à l'intérêt du public. L'une de mes propositions d'amendements avait justement pour objet de supprimer de l'antenne la publicité qui pollue ses programmes et de prélever sur elle une taxe dont le produit serait reversé au service public et à la presse écrite.

Autre point crucial si l'on veut inscrire cet avis dans l'avenir : la convergence. La convergence technique des tuyaux impliquerait, prétend-on, la convergence juridique. Cela a fait l'objet d'un livre vert et est au cœur des débats au sein de l'OMC et de la bataille qu'on y mène sur l'information. Or le projet d'avis ne fait nulle référence à cette convergence juridique, qui n'a pas lieu d'être parce qu'un télégramme, une conversation téléphonique ou un fax ne sont pas une émission de radio, ni un article de journal.

Enfin, une sévère réglementation de la concentration galopante dans ce secteur de l'information, doit aider à garantir le pluralisme. Or, si les analyses du rapport à ce sujet sont éclairantes, le projet d'avis ne fait aucune proposition à la hauteur de l'enjeu, enjeu de démocratie et même de civilisation.

C'est pour cet ensemble des raisons que j'ai décidé de m'abstenir. »

Groupe de l'UNAF

Le droit à la protection du citoyen et le droit à l'information sont des droits fondamentaux difficiles à concilier. Le pluralisme des moyens d'information est essentiel dans une démocratie, la confrontation des idées étant indispensable pour permettre à chacun de se forger une opinion. La liberté d'information doit revêtir un caractère de service public dans des conditions garantissant l'indépendance des divers intervenants. Il faut également veiller au pluralisme d'expression qui devrait être mieux organisé à l'occasion de débats de société, notamment par l'extension des temps d'expression directe aux associations, le Conseil supérieur de l'audiovisuel devant s'assurer d'un traitement équitable.

Les journalistes ont un rôle social évident. Ils doivent assumer une tâche rendue difficile par l'accroissement, la diversification et la puissance des vecteurs d'information qui exigent l'intervention de professionnels capables de vérifier l'exactitude des faits et opinions rapportés. Les initiatives prises par les professionnels pour se donner des règles et se doter d'une déontologie doivent être encouragées. L'impératif de protection des sources doit être mieux concilié avec le respect des droits des individus.

Au-delà de la signalétique mise en place à la télévision en ce qui concerne la diffusion des films, la responsabilité de ceux dont le métier est d'informer doit être engagée, en particulier vis-à-vis des mineurs.

Le groupe de l'UNAF approuve la recommandation de l'avis relative à la représentation des usagers au Conseil supérieur de l'audiovisuel. Il demande à nouveau que l'institution familiale soit représentée dans les Conseils d'administration des chaînes de radio et de télévision, et ce, d'autant que les Comités de programmes ont été abandonnés depuis 1986.

L'avis propose que l'obligation de formation professionnelle des journalistes soit mieux prise en compte et que l'éducation à l'image soit développée en milieu scolaire. L'UNAF souhaite que les familles puissent valoriser leur responsabilité éducative, en particulier par l'apprentissage familial de l'analyse critique des images. Il est à noter que, dès 1990, l'UNAF a créé, avec la Ligue de l'enseignement et de l'éducation permanente, l'association d'usagers « *Média, Télévision et Téléspectateurs* », dont l'objectif est de regrouper les usagers des médias pour défendre leurs intérêts et mettre en commun leur expérience. En ce sens, il est nécessaire que les familles puissent s'appuyer sur des moyens juridiques (droit d'agir en justice) et des moyens techniques adaptés.

Tout en regrettant que certains aspects importants, telle la nécessaire protection de la jeunesse, n'aient pu être traités, le groupe de l'UNAF approuve les orientations générales de l'avis et a émis un vote favorable.

Groupe de l'UNSA

L'avis est l'aboutissement d'un travail qui a débuté en 1997 à un moment où certains tabloïds s'évertuaient à faire reculer les limites de la violation de la vie privée et du droit à l'image, on entendait dire qu'il fallait régler le problème de fond que constitue le « pouvoir médiatique ».

Plus fondamentalement, l'inquiétude liée à l'entrée dans un monde nouveau, inconnu et illimité, celle que suscite la société de l'information en émergence créent un contexte sensible.

Les débats ont permis de sortir du cocon émotionnel, de confirmer que la liberté d'informer constitue l'un des piliers indispensables de la démocratie et qu'il faut se garder de tout amalgame s'agissant de la presse.

Celle-ci est affectée par des pratiques qui altèrent sa rigueur et le crédit de la presse en général.

L'avis fait la part des choses et propose des mesures tendant à assurer un meilleur équilibre entre le droit à l'information et le respect des libertés individuelles et collectives.

Partant du principe que « l'abondance de l'information ne doit jamais se substituer à la liberté de jugement » l'avis propose des mesures pour l'éducation de ceux qui reçoivent l'information que le groupe UNSA approuve.

S'agissant de la liberté d'information, il partage les mesures proposées tant pour conforter l'indépendance des médias que pour améliorer les conditions d'exercice de la profession de journaliste, et en particulier celles qui tendent à une plus grande transparence de la justice et des institutions qui y concourent.

Par contre, le groupe regrette que pour améliorer la protection du citoyen, l'avis renvoie à une commission consultative de « Media-éthique » et à une définition ultérieure de propositions touchant à la déontologie des journalistes et des entreprises de presse. Néanmoins, tout en considérant que ce n'est pas suffisant, il approuve l'idée de conseils de rédaction paritaires ainsi que celle de l'analyse critique des médias par eux-mêmes avec la mise en place de médiateurs dans chaque entreprise et l'institution d'une sorte de conférence de médiateurs.

Le journaliste, les employeurs, les « patrons de presse » ne sont pas seuls en jeu : la création, l'existence quotidienne et le développement d'un organe d'information dépendent des financiers et des publicitaires qui ne sont pas des philanthropes et posent leurs conditions.

Par rapport à ces enjeux déontologiques, la Charte des devoirs professionnels des journalistes français adoptée en 1918 et complétée en 1938 paraît peu adaptée dans son contenu et dans son champ. Il aurait fallu aller plus loin.

Le groupe UNSA, avec le représentant de la FGSOA, a voté l'avis en souhaitant que l'appel à une prolongation de la réflexion exprimé dans le texte soit entendu.

RAPPORT

**présenté au nom de la section du Cadre de vie
par Claude Chambonnaud, rapporteur**

Par lettre en date du 28 octobre 1997, le bureau du Conseil économique et social a confié à la section du Cadre de vie la présentation d'un rapport et d'un avis sur « liberté d'information et protection du citoyen face au développement des médias ». La section a désigné M. Claude Chambonnaud en qualité de rapporteur.

Pour son information, la section a procédé aux auditions suivantes :

- M. Jean Miot, membre du Conseil économique et social, président de l'Agence France Presse ;
- M. Noël Copin, président de « Reporter sans frontières » ;
- Maître Henri Leclerc, président de la Ligue des droits de l'homme ;
- M. Philippe-Olivier Rousseau, membre du CSA accompagné de Mme Isabelle Mariani, chargée de mission ;
- MM. Gérald de Roquemaurel, président-directeur général du groupe Hachette-Filipacchi Médias et Alain Chastagnol, secrétaire général de la fondation Presse-Liberté ;
- M. Pierre Truche, Premier président de la Cour de cassation et M. Jean-François Burgelin, Procureur général près la Cour de cassation ;
- M. Michel Bracciali et M. Pierre Delimauges, respectivement président et vice-président de la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels ;
- MM. Hubert Barat et Olivier Da Lage, journalistes.

La section et le rapporteur expriment leurs remerciements aux personnalités auditionnées.

Le rapporteur tient en outre à assurer de sa reconnaissance l'ensemble des personnes rencontrées dans le cadre de la préparation de ces rapport et avis.

Il veut signaler tout particulièrement la qualité de la contribution qui lui a été apportée par : M. Joël Aubert, directeur de la rédaction du quotidien Sud-Ouest ; M. Philippe Bailly, directeur de l'animation à l'Institut national de l'audiovisuel (INA) ; M. Yves Beccaria, ancien président de la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels ; M. Guy Bernière, chef du service social de l'Agence France-Presse (AFP) ; M. François Boissarie, secrétaire général du Syndicat national des journalistes (SNJ) ; M. Jean-Marie Charon, ingénieur de recherches au CNRS ; M. Jean Cluzel, Sénateur ; M. Paul Dupuy, P-DG de la société Excelcior Publications ; M. Claude Furet, directeur du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (CFPJ) ; M. Pierre Hurel, journaliste à l'agence Capa ; M. Christian Phéline, directeur du Service juridique et technique de l'information et de la communication (SJTI) ; M. Bertrand Poirot-Delpech, Journaliste et homme de lettres ; M. Jean-Louis Prévost, président du Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR) ; M. Alain Ribet, rédacteur en chef adjoint au quotidien Sud-Ouest ; M. Joël de Rosnay, directeur de la stratégie de la Cité des Sciences et de l'industrie ; M. Bernard Wouts, président du Syndicat de la presse magazine et d'information ; et bien d'autres personnalités qui, dans le cadre d'entretiens,

téléphoniques notamment, ont bien voulu le faire bénéficier de leur expérience et qui voudront bien lui pardonner de ne pas les citer ici.

Il ne saurait oublier l'aide que, avant de nous quitter tragiquement, lui a apportée Mme Marie-Odile Charpy, secrétaire du groupe des professions libérales ainsi que Mlle Carine Ramillon qui vient de lui succéder dans cette fonction.

Il veut tout spécialement adresser des remerciements empressés à M. Julien Delaby qui, avec beaucoup d'efficacité et circonspection, a assuré la direction des travaux en sa qualité de président de la section du Cadre de vie, ainsi qu'à Mme Michèle Attar qui, alors vice-présidente de la section, a pris une part importante à la réflexion et qui, devenue présidente à l'occasion de la nouvelle mandature, a assuré avec beaucoup de pertinence la conduite des dernières modifications apportées au rapport.

Le rapporteur veut enfin très chaleureusement exprimer sa profonde gratitude à l'égard de Mme Marie-Hélène Larrieu, administrateur de la section, qui, avec un dévouement sans faille, une remarquable efficacité et une sollicitude toujours empreinte de délicatesse et de discrétion lui a apporté une aide constante. Il tient aussi à remercier M. Didier Mariani, secrétaire administratif, qui a toujours su retrouver le document, l'article ou l'émission dont on souhaitait obtenir la copie, apporter son intelligence, sa perspicacité et son sens du mot juste à la rédaction du texte.

INTRODUCTION

La science, par ses progrès constants, a conduit l'homme à évoluer toujours davantage. Elle a régulièrement bouleversé ses habitudes de pensée et l'a obligé à scruter l'avenir. L'accélération de la science aura été vertigineuse au cours du XX^e siècle. Il est difficile de déterminer quels ont été ses apports essentiels tant ils ont été nombreux.

Toutefois parmi d'autres, deux phénomènes ont introduit le doute dans la foi que l'homme semblait apporter au progrès scientifique. L'apparition du nucléaire lui fait prendre conscience de ce qu'il avait la possibilité de détruire la planète, de même, l'évolution des biotechniques et de la génétique lui permettant de transformer complètement l'espèce humaine.

Certes, il serait sans doute excessif de placer au même niveau l'essor fantastique des techniques de communication et des médias. Il s'agit là d'une extraordinaire faculté de rapprocher les hommes, leurs cultures, leurs acquis et de leur permettre de participer au mouvement d'émancipation et de progrès pour faire avancer la démocratie et les droits de l'homme. Néanmoins, si certains de ses développements n'étaient pas maîtrisés, ils pourraient aboutir à une altération du jugement des citoyens.

Les deux premières évolutions, rapidement ressenties comme essentielles, ont conduit à la création de comités d'éthique, d'organismes non gouvernementaux dont l'influence a été importante et bénéfique même si des progrès restent à faire concernant la transparence et le contrôle démocratique dans le domaine du nucléaire et de la bioéthique. Curieusement, le développement des médias n'a fait l'objet d'une prise de conscience qu'assez tardive. Si des articles, des émissions de radio et des ouvrages se sont multipliés ces derniers temps sur tout ou partie du sujet, aucune réflexion globale en profondeur ne semble encore avoir été finalisée.

Le droit à l'information est le résultat d'une longue conquête. La liberté de la presse peut être considérée comme l'un des supports essentiels, et peut-être le soutien principal, de la démocratie. Des générations d'hommes se sont battues pour sauvegarder cette liberté. Des professionnels, à travers le monde, ont perdu la vie dans ce combat. Son principe est affirmé dès la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, qui proclamait le 26 août 1789, en son article 11 : « *la libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme, tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi* ».

La Déclaration universelle des droits de l'homme adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies le 10 décembre 1948, affirme de son côté, en son article 19 : « *tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir, de répandre sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit* ».

Ce droit a été mis en place par étapes législatives successives. Toutefois, dès l'origine, une limite était apportée à son usage : il ne pouvait en être abusé.

La date cardinale en la matière est sans doute le 29 juillet 1881 avec la promulgation de la première loi sur la liberté de la presse. Elle comportait une réelle recherche d'équilibre en interdisant à la presse de porter atteinte à l'honneur et à la considération. Malgré les retouches apportées notamment par l'ordonnance du 6 mai 1944, la jurisprudence, par une application rigoureuse de la procédure complexe qu'elle comporte, en rend l'utilisation difficile pour le citoyen.

Les lois des 17 juillet 1970 et 4 janvier 1993 complètent ce texte fondateur en protégeant la vie privée.

Parallèlement, le développement de la radio, puis de la télévision ont aggravé d'une façon importante les risques que comportent pour le citoyen un usage abusif de la liberté d'information. Poussé à l'extrême, l'usage de la liberté d'information peut porter atteinte à la liberté de l'opinion elle-même.

En effet, cette liberté d'opinion ne concerne pas que la liberté d'expression mais aussi la liberté d'élaboration de l'opinion. Celle-ci n'existe plus si elle est altérée, et peut être parfois oubliée par le développement des médias.

Ainsi le progrès technique et le poids de l'image diffusée en temps réel et continu peuvent engendrer des dérives. Ces technologies sont susceptibles d'avoir une énorme influence sur la politique, l'économie, la justice, la culture et, directement ou indirectement, sur la liberté de l'élaboration de l'opinion.

S'ajoutait alors un phénomène nouveau : Internet. En quelques mois, l'homme s'est vu offrir la capacité de diffuser n'importe quelle nouvelle pratiquement dans le monde entier. Merveilleuse possibilité de communication et de compréhension entre les hommes, sans doute, mais risque aussi de propagation d'informations non vérifiées pouvant porter atteinte à la protection du citoyen.

Face à ce déferlement d'informations et d'images, le rôle du journaliste devient de plus en plus important. Il doit être le professionnel qui, respectueux du devoir d'une information objective, fait le tri des nouvelles, entre les vraies et les fausses, entre celles qui méritent d'être diffusées et celles qui ne le méritent pas. A la mission qui était déjà la sienne s'ajoute un rôle d'interprète, de médiateur averti et responsable.

Un rôle social de cette dimension s'accompagne bien évidemment de devoirs impérieux. La question se pose alors inévitablement de savoir s'il ne doit pas être soumis à une déontologie, à un impératif d'éthique, en évitant l'abus de contrôles extérieurs qui pourraient compromettre sa mission.

Cette lourde responsabilité suppose des professionnels particulièrement qualifiés. Parallèlement, une formation du citoyen afin qu'il apprenne à déchiffrer l'image, l'interpréter, le cas échéant s'en protéger, peut paraître nécessaire.

L'évolution de l'usage de la liberté de l'information face à la protection du citoyen réside dans la quête permanente d'un équilibre entre différentes forces souvent contradictoires, voire opposées.

C'est à cette recherche que voudrait contribuer le Conseil économique et social.

TITRE I

LE DROIT À L'INFORMATION : UN DES PILIERS DE LA DÉMOCRATIE

1. Naissance d'une liberté : le droit d'imprimer

1.1. *Le difficile affranchissement du pouvoir politique*

De tous temps les hommes ont manifesté la volonté de communiquer entre eux, d'être informés d'événements qui se passaient tout près ou à des distances fort éloignées. Avant la généralisation de l'écriture, les messages étaient transmis oralement. Selon la légende, c'est de vive voix, après une course de plus de 40 km restée dans l'histoire, qu'un soldat vint annoncer à Athènes la victoire de Marathon remportée par les Grecs sur les Perses en 490 avant J.-C. L'empire romain connut les premières postes officielles mettant en circulation des milliers de lettres et c'est sur le forum à Rome comme sur l'Agora à Athènes que sont affichées chaque jour les informations pour les citoyens qui pouvaient ainsi avoir connaissance des nouvelles économiques ou politiques. La soif de voyages et les grandes découvertes favoriseront l'établissement de communications entre pays lointains.

Mais c'est véritablement l'invention de l'imprimerie par Gutenberg en 1438 qui, en Europe, bouleversera le paysage avec la publication de feuillets et de fascicules.

Longtemps irréguliers, il faudra attendre les guerres de religion pour que les occasionnels (les informations générales), les canards (les faits divers) et enfin les libelles et placards qui constituent véritablement les bases de la presse d'opinion trouvent leur périodicité et leur public.

Suivant les traces ouvertes par les Hollandais en 1605 et les Anglais en 1622, Théophraste Renaudot publie le premier hebdomadaire en 1631. « *La Gazette* » tire ses quatre pages entre 500 et 800 exemplaires. Elle est un organe officiel entre les mains de Richelieu qui n'hésitera pas à préciser « *La Gazette fera son devoir ou Renaudot sera privé des pensions dont il a joui jusqu'à présent* ». Louis XIII y corrigera, ou même rédigera, certains articles. Quant à Louis XIV, outre l'amende et le fouet, il offrira la Bastille et les galères à « *tous ceux qui, sans permission, s'ingèrent de faire ou vendre des gazettes...* ». Le message est clair ! En 1665, le « *journal des savants* » sera la publication culturelle de Colbert. Il connaîtra le succès et ses imitateurs seront nombreux en Italie et en Allemagne. Plus tard, « *la Muse historique* », hebdomadaire en vers et « *le Mercure galant* » feront école dans toute l'Europe. C'est donc dès l'origine que la presse aura à lutter pour s'affranchir de cette mainmise d'un pouvoir royal jaloux de ce qu'il estime être sa prérogative : la diffusion des nouvelles... Bien sûr, seulement celles que le Monarque souhaitait faire connaître, le secret restant la règle générale.

Très vite, la lourdeur de la censure favorisera l'évasion, vers la Hollande, des gazettes interdites d'impression sur le territoire. Les nouvelles vont donc continuer à circuler, l'attrait de l'interdit encouragera même la diffusion des informations que les monarques entendaient cacher à leurs sujets.

Un autre écueil à éviter pour cette presse naissante fut la corruption. S'affranchir de l'argent, savoir dire la vérité, rien que la vérité, et résister aux mirages de la publicité déguisée fut la deuxième étape à franchir pour la liberté de la presse. La troisième fut la distance qu'il convenait de maintenir à l'égard

des groupes de pression et du pouvoir en place pour sauvegarder l'esprit critique et la liberté de jugement, pour se situer, ainsi que le préconise le philosophe Bayle¹ entre « *la servitude des flatteries et la hardiesse des censures* ».

Mais aussi il faut noter, comme le rappelle Jean-Noël Jeanneney dans son excellente histoire des médias² à laquelle cette étude a beaucoup emprunté, le souci exprimé par Théophraste Renaudot, dès le début du XVII^e siècle, de bien positionner ce genre littéraire nouveau parmi les autres écrits, en définissant le rôle et les missions du journaliste par rapport à l'historien. Il écrit à ce sujet : « *L'histoire est le récit des choses advenues, la gazette seulement le bruit qui en court* ». Si la notion de temps est bien analysée, en revanche, il plane un doute sur la vérité des faits relatés, idée confortée par ailleurs : « *L'histoire est tenue de dire toujours la vérité, la gazette fait assez si elle empêche de mentir* ». Cette dernière précision - sans doute est-elle un excès d'humilité - laisse planer un doute sur la crédibilité et le sérieux de la profession de journaliste de l'époque. C'est peut-être aussi la raison pour laquelle écrivains et philosophes du XVIII^e ne s'engagent pas dans ce genre qu'ils estiment mineur et préfèrent lorsqu'ils demandent la liberté de la presse s'en tenir à celle d'imprimer des livres et ouvrages « sérieux »... comme l'encyclopédie. Rousseau, Diderot, Voltaire ou Montesquieu ne ménagent pas leurs critiques à l'égard des journaux « *la presse est devenue un des fléaux de la société* » dira Voltaire ; « *tous ces papiers sont la pâture des ignorants, la ressource de ceux qui veulent parler et juger sans lire* » écrira Diderot. Rousseau, de son côté déclarait « *Qu'est-ce qu'un livre périodique ? Un ouvrage éphémère sans mérite et sans utilité, dont la lecture, négligée et méprisée par les gens lettrés, ne sert qu'à donner aux femmes et aux sots, de la vanité sans instruction...* ». Montesquieu, enfin, sera peut-être tout simplement le plus sévère en attribuant aux journaux un vice « *la paresse se sent flattée en les lisant* ».

Pourtant les idées qu'ils mettent en avant aideront la presse à s'émanciper et à trouver sa place dans la formation des futurs citoyens.

1.2. *La Révolution, une étape importante vers la liberté*

Au cours des deux ou trois années qui précèdent 1789 et notamment à partir de la décision du roi de convoquer les Etats généraux, fleurissent des publications qui expriment de plus en plus fermement leur hostilité à l'absolutisme et réclament la liberté de la presse. Il semble ainsi émerger une idée commune populaire qui précède la notion d'opinion publique, celle-là même que les philosophes estiment avoir formée grâce à leurs réflexions et leurs ouvrages et que les journalistes de leur côté entendent nourrir de leurs informations et réflexions.

Cette opposition entre philosophes et gazetiers s'affaiblira progressivement et la Révolution consacrera le rôle déterminant des journalistes : Marat, Camille Desmoulins, Mirabeau, Brissot, Hébert n'auront de cesse de plaider contre le secret et pour la transparence des affaires publiques, de vanter les mérites de la démocratie directe alimentée par la presse. Cette dernière, qui

¹ Pierre Bayle, philosophe français 1647-1706, auteur d'un dictionnaire historique critique. Il publia un journal entre 1684 et 1687 « *Nouvelles de la République des lettres* ».

² Jean-Noël Jeanneney ; *Une histoire des médias des origines à nos jours* ; Seuil - janvier 1996.

assure le lien entre les lieux de pouvoir et le citoyen, en garantit la nécessaire transparence et par la même, la démocratie. Enfin, n'oublions pas que les gazetiers seront aussi de véritables acteurs pendant la Révolution. La presse donnant une unité et un sens aux événements et une identité aux différents groupes engagés dans l'action, leur confère ainsi une légitimité.

C'est sur cette capacité à canaliser une opinion publique naissante, à la cristalliser sur une idée émergente : l'opposition à l'absolutisme, que va se fonder une autre légitimité, celle de la liberté de la presse en tant que garant de la démocratie et de l'accès du citoyen aux affaires publiques.

La liberté de la presse devient ainsi très vite l'une des revendications essentielles de Mirabeau « *Que la première de vos lois consacre à jamais la liberté de la presse, la liberté la plus inviolable, la plus illimitée* ». Les titres fleurissent : La Gazette, Le Mercure, Le Journal des débats, Le Moniteur universel... La presse prospère et les journalistes vivent mieux que les écrivains, attisant ainsi les jalouxies ! Rousseau reçoit 6 000 livres pour l'Emile alors que les revenus de Camille Desmoulins s'élèvent déjà à 10 000 livres par an. Les journaux tirent à 300 000 exemplaires à Paris durant les années 1792-94.

L'engagement politique des journalistes est important au point que Camille Desmoulins dans ses « *Révolutions de France et de Brabant* » estime que « *les journalistes aujourd'hui exercent une fonction publique : ils dénoncent, ils jugent, ils absolvent et ils condamnent* ». Quant à Hébert dans son « *Père Duchesne* », qui tire à lui seul 80 000 exemplaires, il n'hésite pas à utiliser un langage violent, tout comme Marat dans « *L'ami du peuple* » qui y dénonce avec fermeté les ennemis de la Révolution. Le journaliste se veut non seulement le témoin de son temps mais surtout la vigie, le vigile comme certains titres connus « *La sentinelle* » ou « *L'œil* » l'indiquent. De contre pouvoir garant de la démocratie la presse se dresse désormais comme un véritable pouvoir qui ambitionne d'empêtrer sur les fonctions des autres pouvoirs naissants, en particulier la justice.

Les révolutionnaires, dès leur arrivée aux commandes de l'Etat, en saisissent bien vite la menace pour eux et, revenant aux pratiques des monarques qui les ont précédés, tentent mais par des voies différentes, de s'approprier ce nouveau pouvoir.

C'est ainsi qu'en rupture avec les pratiques de l'Ancien Régime où le financement de la presse était largement entre les mains du pouvoir, « *La Sentinelle* » organe des Girondins en 1792, marquera le passage au financement occulte. En effet, c'est sur des fonds secrets que Dumouriez, ministre des Affaires étrangères, débloque les sommes nécessaires au fonctionnement du journal. Robespierre qui dénonça le principe y eut lui-même recours pour assurer la publication de « *La feuille du salut public* » et « *Le sans culotte observateur* ».

Le déchaînement des passions, qu'elles soient révolutionnaires avec Hébert dans le « *Père Duchesne* » ou contre-révolutionnaires avec Rivarol dans le « *journal politique et national* », s'accompagnera à partir de 1794 de répressions sévères selon les partis ou factions au pouvoir. La chute de Robespierre favorisa une certaine libéralisation qui se traduisit par la publication de nombreux journaux dont des titres jacobins comme *Le journal des hommes libres*, *Le tribun*

de Babeuf, ou royalistes comme *La quotidienne* de Michaud ou *L'orateur du peuple* de Fréron. Le Directoire rétablit la censure et supprime nombre de titres, de droite ou de gauche qui, en 1796 dépassaient le chiffre de 70.

1.3. Avec Napoléon 1^{er}, la presse devient un instrument, véritable relais, entre le pouvoir central et l'opinion publique

A peine installé, Napoléon aussi compose avec ce nouveau pouvoir qui ne cesse de se développer. Il cherche, tour à tour, à museler ou à utiliser à son profit ce partenaire : c'est ainsi qu'il crée par le sénatus-consulte du 28 floréal an VIII (1804) une commission sénatoriale de la presse, et que par l'arrêté du 27 nivôse an VIII, il ramène à 13 le nombre de titres parisiens.

En 1805, *le journal des débats*, qu'il confisque aux frères Bertin, devient *le moniteur universel*, véritable organe officiel de l'Empire. Des censeurs sont imposés dans toutes les rédactions et en 1810 les préfets n'autorisent qu'un seul journal par département. La presse n'est plus qu'un outil au service du pouvoir central et un véritable vecteur de propagande, notamment durant les guerres.

Les progrès des techniques vont accélérer le développement de la presse. Les « *plombs* » sont abandonnés au profit des « *flans* » permettant aussi de passer de la lettre à la page. Les illustrations et les caricatures font leur apparition, le télégraphe optique de Chappe puis le morse accéléreront la diffusion ; enfin le chemin de fer et la diminution de l'illettrisme vont accroître considérablement la circulation des idées et le nombre des lecteurs, augmentant par là même les possibilités d'expression des critiques à l'égard du pouvoir.

1.4. De la Restauration à la fin du second Empire : une grande activité politique de la presse

Durant cette période, la presse affirme son pouvoir sur la vie politique. Les journaux d'opposition qui fleurissent séduisent par leur ton polémique qui s'oppose au caractère ennuyeux et conformiste des titres conservateurs (*La quotidienne*, *La gazette de France*). On peut considérer que la révolution de 1830 comme les Trois glorieuses sont l'œuvre de cette presse.

C'est la raison pour laquelle entre 1815 et 1848, pas moins de 18 textes législatifs tenteront d'endiguer ce phénomène contestataire par un encadrement de la presse. Dans l'un d'entre eux, le législateur, sous Charles X, exprime de façon éloquente son inquiétude à travers l'exposé des motifs : « *la presse périodique n'a été, et il est dans sa nature de n'être, qu'un instrument de désordre et de sédition* ».

Chateaubriand, ardent défenseur de la liberté d'expression, estime cependant en 1816 dans « *la Monarchie selon la Charte* », que les hommes politiques doivent savoir accepter les critiques de la presse : « *les ministres habiles ne craignent point la liberté de la presse ; on les attaque et ils survivent* ». De la même façon, doivent-ils faire leur office avec elle : « *la presse est un élément jadis ignoré, une force autrefois inconnue, introduite maintenant dans le monde ; c'est la parole à l'état de foudre ; c'est l'électricité sociale. Pouvez-vous faire qu'elle n'existe pas ? Plus vous prétendrez la comprimer, plus l'explosion sera violente...* ».

Le XIX^e siècle sera marqué par les innovations apportées par Emile de Girardin. Elles permettent l'émancipation et l'évolution du secteur. Ainsi naissent la première revue de presse hebdomadaire « *Le voleur* », le premier magazine féminin « *La mode* », l'ancêtre des journaux thématiques « *Le journal des connaissances utiles* », ainsi qu'un quotidien « *La presse* ». A très bas prix grâce à la publicité qui représente entre 40 et 50 % de ses recettes, ce dernier tirera à plus de 20 000 exemplaires. Il introduira aussi la notion de fidélisation du lectorat par la publication de romans feuilletons¹. Balzac, George Sand, Victor Hugo et Alexandre Dumas ne bouderont ni le genre ni son côté rémunérateur !

Durant cette période - où les conflits en diffamation se règlent au duel - et jusqu'en 1870 à travers les démêlées plus ou moins sévères avec les décisions autoritaires de Napoléon III, la presse s'affirme de plus en plus comme un véritable pouvoir. Celui-ci se prolongera jusqu'à la première guerre mondiale. C'est ce qui fait écrire à Balzac², qui redoutait le poids et la portée politique de ce nouveau concurrent : « *La presse est en France un quatrième pouvoir dans l'Etat ; elle attaque tout et personne ne l'attaque. Elle blâme à tort et à travers. Elle prétend que les hommes politiques et littéraires lui appartiennent et ne veut pas qu'il y ait réciprocité ; ses hommes à elle doivent être sacrés. Ils font et disent des sottises effroyables, c'est leur droit ! Il est bien temps de discuter ces hommes inconnus et médiocres qui tiennent autant de place dans leur temps et qui font mouvoir une presse égale en production, à la presse des livres* ».

La querelle avec les écrivains n'est pas achevée ! La presse est perçue comme une rivale sans qualité mais également dangereuse. Sa « socialisation » lui conférant dans les faits le droit de se situer au-dessus de tout pouvoir, la fait échapper à toute sanction. La question se pose aujourd'hui dans des termes à peu près identiques.

Cette période profite de l'invention du bérénigraphe et des linotypes qui permettent avec la rapidité d'impression d'augmenter le nombre de feuillets. Les nouvelles deviennent un marché rentable où l'information commence à se rationaliser : Charles Havas ouvre en 1835 la première agence de presse fondée sur la Bourse ; la couverture de la guerre de Crimée suivie par celle des autres conflits et événements à travers le monde lui assure une utile diversification.

Parallèlement, le développement de l'instruction élargira encore le nombre des lecteurs de plus en plus soucieux d'information. La vogue des feuilletons populistes à dominante policière (*Rocambole*, de Ponson du Terrail et *Fantomas*, de Allain et Souvestre) ou les affaires criminelles passionnent le public.

Toutes ces évolutions font que, à la veille de la première guerre mondiale, la presse d'opinion est florissante : les tirages s'élèvent à 5 millions d'exemplaires dans le pays pour environ 70 titres. Parmi ceux-ci peuvent être cités *Le Petit Journal*, de plus en plus supplanté par *Le Petit Parisien* (1876), *Le Matin* (1893), *Le Journal* (1882), *L'Echo de Paris*, mais aussi les journaux d'opinion, *l'Humanité* de Jaurès pour les socialistes (1904), *La Justice* puis *l'Aurore* (1897) de Clémenceau chez les radicaux (qui publierait le fameux « *J'accuse* » de Zola en 1898 en pleine affaire Dreyfus), *Le Journal des débats*

¹ Les « Soaps » séries télévisées américaines n'inventeront rien dans ce domaine.

² H. de Balzac, in « *La revue parisienne* », 1840.

au centre droit, *Le Temps* (1873) auquel succédera *Le Monde* et qui s'inspire du *Times* anglais, *Le Figaro* qui prendra le parti de Dreyfus, et aussi des feuilles d'extrême-droite : *La Libre parole antisémite*, *L'autorité*, et *l'Action française* de Charles Maurras et Léon Daudet. L'éventail est large de la gauche à l'extrême droite, sans oublier les journaux religieux parmi lesquels figure *La Croix* (en 1883). A côté de ces journaux parisiens, une presse régionale et départementale se développe (242 titres en 1914) dont plusieurs dépassent les 200 000 exemplaires : *Le progrès de Lyon*, *Lyon républicain*, *L'ouest journal*, *La petite Gironde*, *La dépêche*, *Le petit marseillais*, *L'écho du Nord*, *Le réveil du Nord* ou *La France* tirent à plus de 100 000 exemplaires.

1.5. La IIIe République - Les excès d'une liberté débridée : le poids de l'économique

La très libérale loi du 29 juillet 1881 adoptée près d'un siècle après la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen va enfin confirmer une liberté hautement revendiquée plaçant ainsi la France parmi les pays les plus avancés en la matière. Elle se situe dans un contexte où la liberté de la presse est considérée comme « *un droit sacré et permet seule la formation civique d'un peuple propre à lui permettre l'exercice sage et réfléchi de sa souveraineté* »¹. Très protectrice pour les journalistes, elle proclame la liberté de publication et de diffusion mais n'empêchera ni corruption ni diffamation comme la suite le montrera.

Dès 1893 c'est Jules Ferry lui-même qui versera des subsides aux journaux pour obtenir leur soutien dans sa politique. De son côté, le monde de la finance ne ménagera pas ses interventions pour mener à bien ses affaires et réaliser ses profits : la ruine des petits porteurs dans l'affaire de Tunisie s'accompagnera de celle de certaines banques, mais dans le même temps, de l'enrichissement de certaines autres et des journalistes dans la confidence. S'affranchissant du pouvoir politique la presse est donc passée entre les mains des grands financiers. C'est le cas en particulier pour *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin*... La belle époque sera aussi celle des scandales et de la corruption.

Le scandale de Panama révèlera l'ampleur de la collusion entre politique, presse et banquiers. Les affaires Rochette, Marthe Hanau, celle de l'emprunt franco-russe ébranleront la confiance des citoyens à l'égard de leurs politiques qui seront traduits en justice. Les journalistes seront épargnés. Ce système où l'agence Havas qui centralise les informations et la publicité financière, accroissant la rentabilité de ces informations qui ne sont, en réalité, que de la publicité à peine déguisée, perdurera durant toute la Belle époque au plus grand profit des banquiers et des éditeurs aux dépens du petit épargnant qui deviendra à la longue plus méfiant.

Dans le même temps se développent les pratiques diffamatoires et d'atteintes à la vie privée, en dépit des mises en garde de Gambetta qui redoutait de voir franchir le « *mur de la vie privée* » et recommandait « *Frappez ; si cette liberté est défendue avec une égale passion par les hommes qui sont au pouvoir et par l'opposition... c'est que le domaine de la vie privée, c'est que l'honneur des particuliers a rencontré, non pas dans les peines d'incarcération, non pas dans des peines purement physiques et corporelles, mais par la répression*

¹ J.N. Jeanneney « *Une histoire des médias* » - opus cité.

pécuniaire de sérieuses garanties et une véritable sanction ». La voie est ainsi ouverte à l'aggravation des condamnations prononcées par les tribunaux.

Ce contexte délétère persistera pourtant plusieurs décennies encore. En 1938 Roger Salengro, ministre du Front populaire, sera poussé au suicide par une campagne de presse infamante l'accusant injustement de désertion pendant la guerre. Cet épisode douloureux incitera Léon Blum à envisager un renforcement de la sévérité de la loi concernant la diffamation.

1.6. La Première Guerre mondiale, retour de la censure et naissance de la propagande

Dès 1914, le premier réflexe des gouvernants, arguant de l'intérêt supérieur de la patrie, fut de se protéger des nouvelles pouvant affaiblir le moral des troupes, en instaurant la censure. Mais, très rapidement, reconnaissant leur incapacité à enrayer le flux des informations, les pouvoirs publics adopteront une attitude offensive : ils utiliseront les journaux pour diffuser leur propre vérité des événements, les rendant plus stimulants pour les combattants comme pour la population et, par-là même, alarmants pour l'ennemi. La propagande était née.

A la loi de 1849 sur l'état de siège qui permet l'interdiction de journaux jugés dangereux, vient s'ajouter celle du 5 août 1914 « *destinée à réprimer les indiscrétions de la presse en temps de guerre* ». Ainsi, c'est la censure qui incita Clémenceau à débaptiser son journal « *L'homme libre* » pour l'appeler « *L'homme enchaîné* ».

La propagande est organisée par un service, spécialement créé aux Armées, diffusant des nouvelles résolument optimistes : tracts, fausses lettres de prisonniers. Le bureau de la presse et de l'information mobilise une énergie et des sommes très importantes au regard des résultats obtenus. La population consciente de l'existence des deux excès, la censure et la propagande, cherche et invente de nouveaux canaux pour s'informer et contourner ces écrans. Apparaissent alors des feuillets, plus proches de la réalité, qui circulent dans les tranchées : *Le Canard enchaîné* et *Le Crapouillot* voient ainsi le jour.

Mais dans le même temps, face à l'optimisme forcé officiel, les rumeurs les plus folles se développent notamment sur l'ampleur des mutineries et de leurs répressions, rumeurs que la presse ne saura pas ramener à leur juste réalité.

A la fin de la guerre c'est une presse discréditée, disqualifiée et donc très affaiblie qui devra affronter la concurrence d'un nouveau média : la radio.

1.7. L'entre deux guerres : de la crise à la concentration et à la modernité de la presse

L'entre deux guerres bénéficie d'évolutions technologiques améliorant la qualité de présentation par l'héliogravure, l'offset, la photo couleur. Cependant, le poids des investissements, celui du salariat et enfin le coût de la distribution, vont s'accompagner d'une hausse des prix, supérieure à celle du niveau de vie, qui entraînera une diminution du nombre des lecteurs.

La crise de 1929 accentue le phénomène et on assiste à une concentration des titres, notamment en province, à l'apparition de difficultés pour les agences de presse et à une diminution générale de la qualité et de la rigueur dans les informations.

Ce phénomène de concentration se manifestera par la constitution du groupe des « cinq grands », à savoir : *Le petit parisien* (500 000 exemplaires en 1935), *Le matin* de Bunau Varilla à la fois antiparlementaire et anticomuniste, *Le journal* (400 000 exemplaires), *L'écho de Paris*, et *L'intransigeant*, autour de l'Agence Havas et des Messageries Hachette qui va tenter, mais en vain, de monopoliser le marché. Viennent ensuite, la presse Coty avec *Le figaro*, *L'ami du peuple*, vendu à dix centimes alors que le reste de la presse l'était à vingt-cinq, assurant ainsi son succès, la presse Prouvost (industriel du textile associé au groupe sucrier Béghin) avec *Paris*, *Midi* puis *Paris-soir* qui tirait à 1,5 million d'exemplaires. Novateur dans sa présentation, qui réserve une place importante aux illustrations photographiques et aux grands titres, *Paris soir* fera école et entraînera ses concurrents dans son sillage de modernité.

La presse d'opinion occupe une place importante : au centre figurent *Le Figaro*, *Les débats* et *Le temps* qui après son rachat par des industriels du charbon et de la métallurgie, passa à droite.

A droite, il faut citer à part *L'écho de Paris*, *L'intransigeant*, *Le petit journal*, et *L'ami du peuple* déjà mentionnés, *L'ordre*, *L'écho national*, *La liberté*, et *L'action française* s'agissant des quotidiens, et pour les périodiques *Candide*, *Je suis partout*, pro-allemand qui collaborera durant la guerre, et enfin *Gringoire*, créé en 1929 par H. Carbuccia, resté célèbre pour la violence de ses diatribes contre le parlementarisme et la gauche (800 000 exemplaires en 1937).

A gauche, la presse s'illustre par la variété de ses titres et de ses tendances : *Le quotidien* de Henri Dumay participe activement au succès du cartel des gauches en 1924, le Front populaire en 1936 bénéficiera de l'appui de *L'œuvre*, *L'ère nouvelle*, *La république* pour les quotidiens, *Le canard enchaîné* (fondé en 1915) *La lumière* (1927), *Marianne* (1932) et *Vendredi* (1935-1939) pour les hebdomadaires.

L'humanité, sous la direction de Marcel Cachin (150 000 exemplaires en 1920 - 350 000 en 1939) et *Le soir* sous celle de Louis Aragon forment avec de nombreux périodiques la presse communiste. Quant au parti socialiste SFIO, son organe, *Le populaire* dirigé par Léon Blum, ne connaît un public important qu'en 1936.

Ce panorama serait incomplet si l'on ne mentionnait pas la presse catholique représentée par le quotidien *La croix* et le magazine *La vie catholique* et *Temps présent* et la presse de province qui se développe grâce à l'intérêt porté aux nouvelles locales. Les 175 titres édités dans 81 villes représentent un tirage de 5,5 millions d'exemplaires, soit autant que la presse parisienne.

Pour se protéger de la « concurrence » de la radio, les syndicats de la presse écrite obtiennent que les bulletins d'information ne soient diffusés qu'à partir de treize heures, une limitation de la publicité sur les postes privés et enfin un relèvement de la taxe sur celle-ci de 13 à 30 %.

A partir des années 30, la presse écrite décide de passer à l'offensive sur la radio par une prise de participation financière. Ainsi *Le Petit Parisien* prend le contrôle du poste parisien et des accords sont conclus entre *L'intransigeant* et *Radio Cité*, *Le Journal* et *radio Vitus*...

Parallèlement, le journal écrit se veut organe de réflexion pour contrebalancer la fugacité de l'oral. Les hebdomadaires politiques (*Candide* 80 000 exemplaires en 1924 passe à 465 000 en 1936 - *Gringoire* 155 000 en 1928 - 650 000 en 1937) et les magazines qui tirent en couleurs prennent ainsi leur essor (*Vu - Match*) et se spécialiseront (presse féminine - sportive...). Le journal traditionnel est obligé d'innover pour capter son public : apparaissent les grands reportages dont Albert Londres et Joseph Kessel sont d'illustres figures. Dans son « *Paris Soir* », Prouvost n'hésite pas à modifier la présentation de ses colonnes et à recourir à des plumes de prestige pour faire vivre à ses lecteurs les émotions d'événements dramatiques ou exaltants du moment. Les ventes passent de 60 000 exemplaires en 1930 à plus de 500 000 en 1939.

1.8. *De l'Occupation à nos jours*

Après la débâcle, la signature de l'armistice en 1940 va conduire au partage du pays en deux zones. L'occupation du nord par l'ennemi entraîne le sabordage de la plupart des journaux de cette zone (60 % dont *L'intransigeant*, *L'ordre*, *L'aube*, *Le populaire*) mais aussi de la zone sud (40 % dont *Le temps*, *Les débats*, *L'action française*) où le régime de Vichy s'installe. Les titres qui continuent à paraître au nord sont soumis au contrôle de la « *Propaganda Abteilung* » et collaborent avec l'occupant ; ceux de la zone sud, soumis à la censure et même à la pré-censure mises en place par le gouvernement de Vichy dès 1941, font preuve d'une attitude servile et empressée à l'égard du régime.

C'est ainsi que *Le petit parisien* passera finalement sous administration allemande avec l'acceptation d'une partie de sa rédaction et de ses journalistes. L'agence Havas sera quant à elle, étatisée et transformée en Office français d'information (OFI) véritable organe officiel.

La faillite politique et morale de la presse dénoncée par les journaux de la résistance (*Combat*, *Libération*, *Défense de la France*, *Franc tireur*) et la British broadcasting corporation (BBC) confirmée par la désaffection de son lectorat (*Le petit parisien* passe de un million d'exemplaires en 1940 à 451 000 en 1944 et *Paris soir* de 1 150 000 à 286 000) qui lui retire sa confiance, se transformera en faillite économique. La BBC jouera durant cette période un rôle important auprès de la Nation française, lui apportant l'unité et l'espérance qui lui faisaient défaut, comme on le verra plus avant.

La presse régionale, quant à elle, a connu sur l'Occupation un essor considérable. La population en effet était informée par ses soins de la validation des tickets d'alimentation et d'autres renseignements indispensables à la vie quotidienne. L'habitude prise alors d'acheter un journal local a persisté.

A la Libération, les ordonnances de 1944 veulent marquer une rupture fondamentale avec la collaboration. L'interdiction de publication de certains journaux, après jugement de leurs propriétaires, favorise l'apparition de nouveaux titres en accord avec les valeurs du Conseil national de la résistance. *France soir* s'installe à la place de *Paris soir*, *Le parisien libéré* à celle du *Petit parisien* et *Le Monde* à celle du *Temps*. L'application de règles de transparence quant aux responsables et aux structures créées, et enfin la prohibition de toute forme de concentration, complètent ce dispositif.

Ces nouvelles dispositions favorisent un véritable renouveau de la presse : 26 titres nationaux dont *France-soir*, *Le Monde*, *Le Parisien libéré*, *l'Equipe*... et 153 provinciaux paraissent dès 1945 ; ils seront 203 en 1946 avec un tirage record historique de plus de 15 millions d'exemplaires. Elles s'accompagnent de mesures économiques entièrement financées par l'Etat qui entend ainsi garantir le pluralisme des titres et l'égalitarisme parmi les entreprises de presse. Sont créées à ces fins plusieurs structures : la Société nationale des entreprises de presse (SNEP) chargée de l'approvisionnement en papier et de l'impression, l'AFP qui fournit les dépêches et enfin les Messageries de la presse française (MPF) coopérative qui assure la distribution. Différentes aides viennent compléter ce dispositif (poste - transport - fiscalité réduite...) qui transforment ce secteur en un marché totalement encadré. Le nombre de pages et le prix des journaux sont fixés et contrôlés par les pouvoirs publics.

Très vite, le système qui se voulait égalitariste, montrera ses limites en étouffant une concurrence qu'elle voulait favoriser : dès 1947 longue grève des ouvriers du livre, les MPF se transforment grâce à la loi Robert Bichet en Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) et disparition de 13 titres issus de la Libération.

La loi du 27 août 1954 chargée d'apurer le passé et d'assurer la dévolution des biens de la presse entre anciens propriétaires - ceux qui sont définitivement expropriés pour collaboration et ceux qui sont indemnisés ou encore réhabilités dans leurs biens - va permettre l'éclosion d'un secteur non réglementé par les ordonnances de 1944, celui des magazines spécialisés. Pierre Dupuy, Jean Prouvost, Hachette et Robert Hersant lequel a bénéficié des progrès de l'automobile et notamment de la 4 CV, promue avec la réussite que l'on connaît par l'Auto journal, se lancent avec succès dans ce secteur auquel ils appliquent dès les années soixante des méthodes modernes de marketing et de gestion. 61 % du chiffre d'affaires de la presse se réalisent aujourd'hui dans ce secteur où les groupes de communication français Hachette et Havas côtoient les majors étrangers comme Bertelsman, Emap et Bauer...

Dans le même temps, les quotidiens politiques connaissent un bonheur inégal. Au niveau national seuls les titres, *Le Monde* et *Le Figaro*, connaissent une progression de leurs ventes, notamment durant le conflit algérien. Mais rapidement le peu d'innovation apporté dans la ligne éditoriale pour mieux coller aux attentes des lecteurs et à l'évolution de la société, les précipitera dans la crise.

Chez nos voisins européens, un virage est pris : diminution des informations de politique intérieure ou internationale au profit des aspects économiques, culturels, sportifs ou de loisirs. Cette diversification des rubriques explique sans doute les meilleures performances des quotidiens allemands, hollandais, espagnols ou italiens qui apportent plus d'attention aux questions de société.

Au niveau régional, l'adaptation éditoriale est plus rapide et le public suit jusqu'aux années quatre-vingt, à partir desquelles quelques titres commencent à connaître une décrue de leur lectorat, même si certains parviennent à se maintenir comme *Ouest France* ou *Le télégramme de l'ouest* (Brest).

En revanche, dès 1953 avec la création de *l'Express* par Jean-Jacques Servan-Schreiber, les magazines de « News » connaissent un essor et un engouement auprès d'un public de cadres plutôt urbains avec *l'Observateur* qui deviendra plus tard le *Nouvel Observateur*, *Le Point* et enfin *l'Evènement du Jeudi*. Ils entreront en concurrence avec les quotidiens et les annonceurs attirés par cette nouvelle formule qui tire à 1 500 000 exemplaires par semaine notamment grâce aux nouveaux progrès de la technologie. L'introduction de l'offset, de la photocomposition et de l'informatique avec la PAO se feront plus facilement que dans la presse quotidienne. Innovation dans la presse française, traditionnellement marquée par une présence prépondérante de l'Etat, ce secteur s'est constitué, comme on l'a déjà vu, en grands groupes : Hachette Filipacchi Média, Bayard Presse. Ces entreprises, de taille mondiale, vont progressivement s'investir dans la presse quotidienne : Hachette avec *France-Soir*, Bayard Presse *la Croix*, *le Pélerin*. Emilien Amaury regroupera *Le Parisien libéré*, *le Courier de l'ouest*, *Le Maine libre* et Robert Hersant *Le Paris Normandie*, *le Figaro*, *France-soir*, *l'Aurore*. Jusque-là, limité dans son appétit par les ordonnances de 1944 et la loi de 1984, Robert Hersant verra, avec l'adoption de la loi anticoncentration de 1986 qui porte le seuil de concentration capitalistique du secteur de 15 à 30 %, la possibilité d'élargir son domaine par l'acquisition du *Dauphiné*, *Le Progrès*, *l'Union de Reims* et *les Dernières nouvelles d'Alsace*... Depuis sa privatisation en 1987, Havas est devenu le cinquième groupe mondial avec la reprise du groupe *Expansion*, *l'Express*, *Le Point*...

Alors que des regroupements capitalistiques s'opèrent au niveau national, on assiste à une internationalisation des magazines spécialisés dans la mode, l'économie, le sport, les loisirs, les voyages avec des croisements de titres entre *Emap*, *Prisma Press* de Bertelsmann, *Hachette*, *Bayard Press*, qui confirme la bonne santé de ce secteur.

Si l'on ajoute à toutes ces évolutions le triomphe de la télévision dès les années soixante, on comprendra mieux les difficultés d'une presse quotidienne qui recevra de plein fouet la récession des recettes publicitaires du début des années 90. Il est significatif de noter à ce sujet qu'entre 1993 et 1997 les recettes de publicité du secteur diminuaient de 0,6 % pour la France alors qu'elles progressaient dans le même temps de 36,3 % pour la Grande-Bretagne, 33,3 % pour l'Italie, 37,5 % pour les Pays Bas et 61,9 % pour la Norvège.

1.9. Aujourd'hui, en dépit d'une aide financière importante de l'Etat, une grande fragilité du secteur

a) Une aide importante de l'Etat

Dans notre pays, le poids de l'histoire reste très fort et l'exemple de la presse en est une bonne illustration.

De la même façon que Théophraste Renaudot a bénéficié du soutien financier du pouvoir royal pour imprimer son premier libelle, c'est grâce à l'Etat que la première radio et la première chaîne de télévision ont pu fonctionner. S'inscrivant dans ce même souci de garantie de liberté de l'information, la presse écrite continue à recevoir une aide importante de l'Etat qui représente 10 % du chiffre d'affaires du secteur. Très diversifiée, cette intervention voudrait se concentrer, selon les déclarations de Madame le ministre de la Culture, sur un

plan de développement de la presse quotidienne. Ces aides s'élèvent à 853 MF dans la loi de finances pour 1999, soit en légère augmentation par rapport à 1998, et se décompose comme indiqué ci-après, tendant à favoriser notamment les quotidiens à faibles ressources publicitaires, le portage et les abonnements de l'Etat à l'AFP pour les aides directes, ainsi que différentes mesures d'aide fiscale.

Tableau 1 : Les aides à la presse

Nature de l'aide	1997		1998		PLF 1999
	LFI	Exécuté	LFI	Exécuté	
Chapitre 41-10					
Remboursement à la SNCF des réductions de tarifs accordés à la presse écrite (article 11)	140,42	140,42	95	95	102
Aide à la transmission par fac-similé - anciennement : allégement des charges téléphoniques (article 21)	26,04	26,04	13,8	21,3	6,66
Fonds d'aide à l'expansion de la presse à l'étranger (article 31)	21,49	21,49	21,5	20,5	22,-
Fonds d'aide aux quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires (art. 32)	15,7	15,7	19,-	19,-	20,-
Fonds d'aide aux quotidiens régionaux à faibles ressources de petites annonces (article 33)	7,81	7,81	7,8	7,8	8,2
Fonds d'aide à la diffusion de la PHR ¹ (article 34)	7,-	7,-	8,-	8,-	8,4
Fonds d'aide au portage (article 35)	15,-	15,-	45,-	40,4	49,5
Fonds d'aide au multimédia (article 36)			15,-	10,-	15,-
Aide complémentaire au plan social presse parisienne (art. 41 - état H)	13,-	13,-	13,2	13,2	13,5
Remboursement des cotisations sociales de portage (article 42 - état H)	2,4	2,4	8,-	8,-	7,5
Total du chapitre 41-10 (aides hors AFP)	248,86	248,86	246,3	243,3	252,76
Chapitre 34-95 : abonnements de l'Etat à l'AFP	578,6	578,6	588,7	588,7	600,24
Total chapitre 41-10 + 34-95 (aides + AFP)	827,5	827,5	835,-	832,-	853,-

¹ Presse hebdomadaire régionale d'information générale et politique.

Source : loi de finances pour 1999 - Document budgétaire

b) Une grande fragilité

Si la presse écrite française se trouve confrontée comme celle de ses partenaires européens ou américains à des défis communs représentés par la concurrence introduite par les nouveaux médias, elle n'en présente pas moins une singularité : sa position de faiblesse et de déclin s'agissant du nombre de titres et du tirage des quotidiens d'information générale et politique depuis 1945, comme l'indiquent les tableaux n° 2 et n° 3 ci-après.

Tableau 2 : Le tirage des quotidiens depuis 1945

en milliers

Quotidiens nationaux			Quotidiens locaux		Ensemble
Années	Nombre de titres	Tirage total	Nombre de titres	Tirage total	
1945	26	4 606	153	7 532	12 138
1950	16	3 678	126	7 256	10 934
1960	13	4 185	98	7 170	11 355
1970	13	4 278	81	7 587	11 865
1980	12	2 913	73	7 535	10 448
1990	11	2 741	62	7 010	9 751
1991	11	2 680	62	6 908	9 588
1992	11	2 624	62	6 896	9 520
1993	12	2 638	58	6 724	9 362
1994	12	2 789	58	6 681	9 470
1995	12	2 844	58	6 881	9 725
1996	10	2 151	57	6 929	9 080

Source : tableaux statistiques presse 1996 - SJTI 1997

Le tableau n° 3 montre que notre pays se situe en bien mauvaise position, juste devant l'Italie mais loin derrière des pays moins importants en taille ou en population (Pays-Bas, Danemark, Finlande) pour le nombre d'exemplaires de quotidiens pour 1 000 habitants.

Tableau 3 : Nombre d'exemplaires de quotidiens pour 1 000 habitants

Pays	1960	1970	1979	1990	1995
Norvège	377	383	456	615	600
Japon	396	511	569	591	576
Finlande	359	392	480	562	464
Suède	490	537	526	529	464
Gde Bretagne	514	463	426	393	317
RFA	307	326	323	343	314
Danemark	353	363	367	355	310
Pays-Bas	283	315	325	313	310
Tchécoslovaquie	236	254	304	307	292
Etats-Unis	326	302	282	253	226
Canada	222	218	241	230	191
Australie	358	321	336	221	185
Belgique	285	260	228	187	167
France	252	238	196	155	156
Italie	122	144	93	118	108
RDA	-	445	517	-	-
URSS	172	336	396	477	-

Sources : Unesco pour 1960, 1970 et 1979 - FIEJ pour 1990 et 1995 in La presse française P. Albert - La Documentation française 1998

A côté des quotidiens d'information, d'autres catégories de presse se portent mieux, voire bien, et permettent une progression globale du secteur.

C'est ainsi que la presse spécialisée grand public, la presse spécialisée technique et professionnelle enregistrent une progression de leur nombre de titres, lesquels représentent désormais 70 % des titres de la presse éditeur, plaçant ainsi notre pays en tête des pays industrialisés pour ce genre de presse.

En 1996, (derniers chiffres communiqués par le Service juridique et technique de l'information et de la communication (SJTIC) placé auprès du Premier ministre) le tirage total de la presse s'élève à 8 249 milliards, soit en quasi stagnation depuis 1993 après une période de croissance, mais qui reflète des évolutions différencierées selon les cinq catégories de presse identifiées, comme l'indiquent le tableau n° 4 et le graphique n° 1.

Tableau 4 : Tirage et diffusion annuels

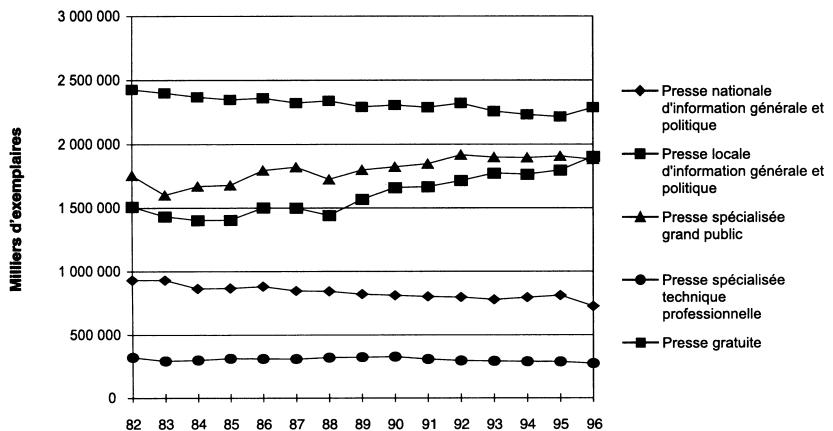
En milliers d'exemplaires

Diffusion totale annuelle	1985	1988	1993	1994	1995	1996
Presse nationale d'information générale et politique	868 802	844 748	779 031	796 764	811 697	726 548
Presse locale d'information générale et politique	2 349 240	2 341 511	2 258 469	2 233 070	2 214 838	2 288 406
Presse spécialisée grand public	1 678 045	1 724 422	1 897 907	1 894 403	1 907 532	1 881 508
Presse spécialisée technique professionnelle	313 331	321 781	293 969	290 813	288 047	275 441
Presse gratuite	1 405 890	1 441 403	1 722 430	1 763 844	1 796 297	1 902 735
Ensemble de la presse	6 615 308	6 673 864	7 001 807	6 978 894	7 018 412	7 074 639
<i>dont presse quotidienne nationale</i> ¹	778 998	770 472	799 981	825 047	842 828	714 654
<i>dont presse quotidienne locale</i> ²	2 170 630	2 169 739	2 103 899	2 079 470	2 054 053	2 137 501
Ensemble de la presse (hors presse gratuite)	5 209 417	5 232 461	5 229 377	5 215 050	5 222 115	5 171 904
<i>En milliers d'exemplaires</i>						
Tirage total annuel	1985	1988	1993	1994	1995	1996
Ensemble de la presse	7 742 265	7 831 010	8 175 220	8 211 953	8 218 357	8 248 841
Ensemble de la presse (hors presse gratuite)	6 336 374	6 389 606	6 402 790	6 448 109	6 422 060	6 346 106

Source : SJTI 1997

¹ Y compris les quotidiens spécialisés grand public² Y compris les journaux du 7ème jour

Graphique 1 : Evolution de la diffusion totale annuelle



Source : SJTI

L'analyse de ce graphique révèle, entre 1992 et 1996, une diminution de 22 % de la presse nationale d'information générale et politique et de 15 % de la presse spécialisée technique et professionnelle alors que dans le même temps la presse gratuite enregistre une hausse de 26 % et la presse spécialisée grand public de 7 %.

Ce redéploiement s'accompagne d'une progression du chiffre d'affaires qui s'élève désormais à 61 milliards de francs en 1996, ce qui place cette activité - qui compte 130 000 salariés directs - parmi les plus importantes de notre économie.

c) Des sources de fragilité multiples

Concernant la décrue préoccupante, de la presse nationale (tableau n° 5), ou locale (tableau n° 6) à un moindre niveau, d'information générale et politique, plusieurs hypothèses ont été avancées. Ont notamment été évoquées, la perte de confiance des lecteurs face à une attitude très critiquable pendant le dernier conflit mondial, l'incapacité à répondre aux attentes d'un public mieux éduqué, qui a évolué culturellement et qui peut choisir d'autres médias pour se tenir informé : la radio, la télévision et maintenant Internet. Ces arguments ne résistent pas lorsqu'on compare la situation de la France à celle de ses voisins européens qui, placés dans une configuration identique, avec des taux d'équipement des ménages en radios, téléviseurs et ordinateurs bien supérieurs, n'enregistrent pas une pareille érosion de leur lectorat de quotidiens d'information. La Grande-Bretagne, dont la population est comparable à celle de la France, compte cinq quotidiens qui tirent à plus d'un million d'exemplaires ! Le tableau n° 7 permet de comparer les performances de la France par rapport à celles de ses voisins.

Tableau 5 : Diffusion 'des quotidiens parisiens

(1981-1997)

		1981	1988	1994	1997	% d'abonnement
1854 *	Le Figaro (m) ²	336 000	432 000	383 000	371 000	10,5
1944 *	Le Monde (s) ²	439 000	387 000	354 000	388 000	27,8
1944 *	Le Parisien (m)	343 000	382 000	431 000	468 000 ³	4,9
1944 *	France-soir (m)	429 000	302 000	197 000	173 000	1,4
1973 *	Libération (m)	(70 000)	195 000	174 000	169 000	1,4
1904 *	L'Humanité (m)	141 000	109 000	69 000	61 000	50,8
1893 *	La Croix (s)	118 000	104 000	97 000	97 000	88,6
1908 *	Les Echos (m)	67 000	96 000	124 000	131 000	51,0
1984 *	La Tribune (m)		521 000	78 000	86 000	39,4
1946 *	L'Equipe (m)	223 000	230 000	337 000	380 000	3,8
1946 *	Paris turf (m)	119 000	127 000	117 000	113 000	0,6
1982 *	Présent (m)		(8 000)		(10 000)	

¹ Chiffres contrôlés par l'OJD arrondis au millier, de la diffusion totale (gratuits compris) et, pour les journaux non contrôlés, estimation entre parenthèses.

² m = matin ; s = soir

³ dont Aujourd'hui : 104 000

* année de gestion

Source : Pierre ALBERT La presse française La Documentation française 1997

Tableau 6 : Quotidiens de province diffusant à plus de 100 000 exemplaires

(1981-1997)

Titre ¹	1981	1988	1991	1997
Ouest France (Rennes)	702 252	765 195	794 058	788 907
La Voix du Nord (Lille)	373 000	374 050	371 158	344 323
Sud-Ouest (Bordeaux)	363 392	367 170	367 238	350 779
Le Progrès (Lyon)	321 346	362 297	386 659	266 441 ²
Le Dauphiné libéré (Grenoble)	367 012	294 200	293 190	269 220
La Nouvelle République du Centre Ouest	281 663	268 171	266 398	259 025
Nice matin	255 612	256 104	261 065	237 165
La Montagne (Clermont-Ferrand)	249 739	252 691	244 048	224 690
L'Est républicain (Nancy)	258 192	248 347	243 085	225 243
La Dépêche du Midi (Toulouse)	255 126	242 753	228 249	210 563
Les Dernières Nouvelles d'Alsace (Strasbourg)	217 599	221 196	223 217	214 529
Le Républicain lorrain (Metz)	205 179	194 178	193 908	179 702
Midi libre (Montpellier)	189 867	185 817	184 554	168 559
Le télégramme de l'ouest (Brest)	170 058	181 305	186 287	198 198
Le Provençal (Marseille)	170 515	162 389	156 912	145 103
L'Alsace (Mulhouse)	129 350	124 488	126 054	122 877
Paris Normandie (Rouen)	136 647	119 295	112 126	96 636
L'Union (Reims)	134 400	113 322	110 935	133 810
Le Courrier de l'Ouest (Angers)	113 884	108 423	107 464	107 783

¹ Tous les titres sont nés en 1944-1945 sauf Le Progrès, 1859 ; La Dépêche du Midi, 1870 ; L'Est Républicain, 1889 ; La Montagne, 1919.

² 421 155 pour le groupe Progrès

Source : chiffres de diffusion OJD-DC

Tableau 7 : Diffusion et prix des grands quotidiens européens

	Diffusion	Prix du numéro	Estimation du prix du n° en euro au 30/09/99	
France (61,3 millions d'habitants)				
Le Parisien	451 159	4,9 F	0,75	
Le Figaro	391 541	7 F	1,07	
Le Monde	379 089	7,5 F	1,14	
L'Equipe *	355 106	4,9 F	0,75	
France-Soir	193 638	3,9 F	0,59	
Libération	171 140	7 F	1,07	
Ouest France (Rennes)	786 907	5,50 F	0,84	
Sud-Ouest (Bordeaux)	350 779	4,70 F	0,71	
La Voix du Nord (Lille)	344 323	4,50 F	0,69	
Allemagne (81,9 millions d'habitants)				
Bild **	4,4 M	0,7 DM	0,36	
Süddeutsche Zeitung	400 360	2 DM	1,02	
Frankfurter Allgemeine Zeitung	395 000	2 DM	1,02	
Die Welt	204 779	2 DM	1,02	
Frankfurter Rundschau	187 932	1,8 DM	0,92	
Espagne (40 millions d'habitants)				
Marca *	475 002	125 P	0,75	
El País	420 934	125 P	0,75	
ABC	321 573	125 P	0,75	
El Mundo	307 618	125 P	0,75	
El Periodico de Cataluña	215 581	125 P	0,75	
Italie (57,2 millions d'habitants)				
Corriere della Sera	692 000	1500 L	0,77	
La gazetta dello sport *	(lundi)	620 000	1400 L	0,72
	(semaine)	259 245	1400 L	0,72
Repubblica		587 000	1500 L	0,77
Corriere dello sport/stadio *	(lundi)	382 000	1400 L	0,72
	(semaine)	259 245	1 400 L	0,72
Il solle 24 ore		343 600	1 700 L	0,88
Grande-Bretagne (58,7 millions d'hab.)				
The Sun **	4,0 M	30 P	0,47	
	(samedi)	NC***	30 P	0,47
The Daily Mirror **	2,5 M	35 P	0,55	
Daily Mail	1,7 M	35 P	0,55	
Daily Express	1,3 M	35 P	0,55	
The Daily Telegraph	1,0 M	45 P	0,71	
Daily Star	700 000	30 P	0,47	
The Times	592 000	30 P	0,47	
	(samedi)	NC	60 P	0,95
The Guardian	400 000	45 P	0,71	
The Independant	281 000	45 P	0,71	

* presse quotidienne sportive grande diffusion

** quotidiens populaires et journaux à scandale

*** NC : Non communiqué

Source : OJD 95, Media Map in Presse et Démocratie J. Cluzel LGDJ 1997 et CES

Selon certains observateurs, ce déclin pourrait être imputé au coût unitaire élevé de nos quotidiens, dont le prix aurait été multiplié par six entre 1970 et 1984 alors que le coût de la vie passait de 1 à 2, 75 pendant la même période¹. Entre 1990 et 1997 l'INSEE (cf. tableau n° 8) montre que le prix des journaux et quotidiens continue à progresser plus rapidement que celui de la vie, passant de l'indice 100 à 124 pendant que l'indice général n'augmentait que de 15, 2 points. Il semblerait que les directeurs de publication s'enferment dans une spirale mortifère : diminution du nombre des lecteurs donc diminution des recettes publicitaires et des annonceurs, d'où augmentation des tarifs pour tenter d'équilibrer les comptes, ce qui entraîne une nouvelle chute des ventes...

Tableau 8 : Indice des prix à la consommation (moyenne annuelle)
base 100 en 1990

	1990	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Journaux, quotidiens	100,0	110,7	113,4	114,7	118,0	122,2	124,0
Revues, magazines	100,0	107,1	108,3	108,0	108,9	108,6	108,5
Indice général *	100,0	105,7	107,9	109,7	111,6	113,8	115,2

Source : INSEE - * indice d'ensemble (y compris tabac)

D'autres accusent notre mode de distribution. Le système de portage par de jeunes étudiants, comme cela se pratique en Grande-Bretagne, ou bien le nombre de points de vente considérablement plus élevé comme en Allemagne, favoriseraient une hausse du nombre des lecteurs. L'exemple alsacien, très inspiré des pratiques de ses voisins germaniques, accréditerait cette hypothèse. En effet, cette région où neuf exemplaires sur dix sont livrés à domicile offre le plus fort taux de lecture de quotidiens dans notre pays.

Il faut aussi signaler la relative faiblesse des ventes à l'abonnement dans notre pays : 15,9 % en moyenne, face en particulier à nos voisins allemands pour lesquels ce mode de diffusion représente 64 % des ventes, 36 % seulement l'étant au numéro. L'importance du « bouillon » ou « invendus », gage d'une présence de tous les journaux dans tous les points de vente, et donc de pluralisme de l'information, mérite d'être relevée : 24,4 % pour les quotidiens nationaux et 11,2 % pour les quotidiens provinciaux.

Enfin, il faut aussi évoquer l'attitude des lecteurs qui tour à tour encensent ou critiquent sévèrement leurs journaux qu'ils accusent de vouloir prendre le pouvoir ou de se donner à lui. Entre la dénonciation systématique de tous les faits et gestes du pouvoir en place et la transmission d'une pensée dominante, la presse semble éprouver les plus grandes difficultés à se positionner par rapport à un lectorat volatile et inconstant comme le montre le tableau n° 9 ci-après, tiré d'une étude conduite par le ministère de la Culture sur « les pratiques culturelles des Français ».

¹ Marie Muller dans le *Nouvel observateur*, août 1987, citée par Balle Francis in *Médias et société*, éd Montchrétien 1990 p. 298.

Tableau 9 : Evolution de la lecture des quotidiens :
Français de quinze ans et plus qui lisent un quotidien

	en pourcentage			
	1973	1981	1989	1997
Tous les jours ou presque	55	46	43	36
Plusieurs jours par semaine	8	10	12	11
Une fois par semaine	8	9	13	15
Plus rarement	6	6	11	11
Jamais ou pratiquement jamais	23	29	21	27
Ensemble	100	100	100	100

Source : Ministère de la culture et de la communication - « *Les pratiques culturelles des Français* » - 1997

Une autre enquête sur « les conditions de vie » réalisée par l'INSEE révèle que les lecteurs sont de moins en moins nombreux. Plutôt ruraux (42 % contre 26 % de citadins), les lecteurs sont des hommes âgés de plus de 65 ans qui lisent davantage que les jeunes (52 % contre 20 %) et que leurs compagnes (40 contre 33 %).

Cette désaffection serait-elle aussi la conséquence de l'apparition de nouveaux médias mieux adaptés aux conditions d'une vie de plus en plus urbaine ? La parole et l'image répondraient-elles mieux aux nécessités d'une culture moderne et citadine ? ou bien encore, le « produit » proposé ne répondrait-il pas aux attentes des lecteurs ? L'absence de pluralisme de l'offre, en particulier au niveau régional, pourrait aussi être une des explications possibles de ce déclin.

2. L'arrivée des nouveaux médias

L'arrivée de nouveaux médias a déstabilisé les règles qui se mettaient en place dans la presse écrite. L'information est désormais instantanée et peut s'adresser à un public bien plus large. Cette modification profonde de temps et d'échelle a conduit les pouvoirs publics à s'interroger sur l'attitude à adopter. Comme pour l'imprimerie, le réflexe premier en France fut au contrôle et à la censure.

2.1. La radio

La TSF (télégraphie sans fil), fruit des travaux de l'Ecossais Maxwell, de l'Allemand Hertz, du Français Branly et de l'Italien Marconi, va révolutionner les communications pendant la Première guerre mondiale mais surtout après.

Aux Etats-Unis, le développement est spectaculaire : 200 stations et près de 50 000 postes en 1920, 650 stations et 26 millions de postes en 1938. En 1927, le *radio act* a instauré l'obligation de recourir à une licence délivrée par la *federal radio commission* pour ouvrir une station. Celle-ci contrôle la moralité du commerce proposé, car les émissions sont conçues au service de la publicité. Des réseaux se constituent rapidement : la National broadcasting company (NBC) et le Columbia broadcasting system (CBS).

En Grande-Bretagne comme en Allemagne, le gouvernement qui a dominé la radio pendant la guerre ne veut pas s'en dessaisir et continue à en assurer le

contrôle (10 millions de postes en 1939 en Allemagne et 8,3 en Grande-Bretagne) et le financement par une redevance, refusant par là même l'apport de la publicité.

a) Des origines à la fin de la deuxième guerre mondiale, entre « public et privé »

La France oscille entre radio privée et radio publique. Cette attitude provoquera des conflits entre postes d'Etat et postes privés sur la répartition des fréquences. La redevance ne sera instituée qu'en 1933 et la publicité disparaîtra progressivement des radios publiques. C'est Georges Mandel, ministre des PTT à partir de 1934, qui clarifiera la situation. Une amélioration des émetteurs et des émissions permettra le rattrapage de la France dans ce domaine (1,9 million de postes en 1935 et 5,2 en 1939, chiffres à rapprocher de ceux cités pour l'Allemagne ou la Grande-Bretagne bien plus peuplés à l'époque).

S'agissant de l'influence que le monde économique exerce par le biais de la publicité commerciale ou boursière, après une période de dérives, une certaine moralisation s'établira assez rapidement dans le milieu des années 30.

Quant au contrôle politique sur les informations, il s'alourdira à partir de 1938. En 1939, Pierre Brossolette, chroniqueur jugé trop à gauche, sera écarté de *Radio journal de France*.

La radio jouera un rôle important durant le second conflit mondial. On a parlé de guerre des ondes. Certains attribuent à Goebbels et son ministère de la propagande, une utilisation frauduleuse de la radio par ses services afin de faire croire à la population à une attaque polonaise pour justifier l'invasion de la Pologne par les armées hitlériennes. On ne découvrait pourtant pas là, la force de persuasion de la radio : Orson Welles avait déjà provoqué, le 31 octobre 1938, une incroyable panique faisant croire, par une adaptation radiophonique de « *la guerre des mondes* », à une invasion des martiens.

De Gaulle, qui avait appris à se méfier de ceux qui « *gribouillent, grenouillent et scribouillent* », saisira très rapidement l'importance de ce nouveau média. La BBC servit à le rendre célèbre et Maurice Schumann utilisera lui aussi la radio britannique pour redonner à la nation française espoir, et dynamisme à travers ses rendez-vous quotidiens (plus de mille allocutions) jusqu'à la Libération.

Grâce à Cecilia Reeves, à partir de juin 1940, l'émission sur la BBC « *Les Français parlent aux Français* » sera confiée à Jacques Duchêne. Jean Marin, Pierre Bourdan, André Gillois marqueront ce rendez-vous quotidien d'une demi-heure que Jean Oberlé grava dans les mémoires avec son célèbre slogan « *Radio-Paris ment, Radio-Paris ment, Radio-Paris est allemand* ».

Durant le conflit, si la radio n'a pas fait la victoire comme l'imaginait Goebbels en 1940 en prédisant « *les historiens futurs rendront hommage à la 4ème arme : la propagande* », elle a néanmoins joué un rôle très important, en particulier dans le duel entre Philippe Henriot sur la radio parisienne et Maurice Schumann à Londres sur la BBC. C'est « *la vérité qui l'emporte sur le mensonge* » écrivait Camus en 1943. Par ailleurs les messages cryptés sur le débarquement en particulier, prouveront leur utilité mais surtout leur grande efficacité.

Ferdonnet, journaliste collaborateur installé à Stuttgart, a été élevé au rang de mythe de grand maître d'une cinquième colonne. Ses communiqués et sa propagande ont fortement perturbé l'esprit des Français durant l'Occupation, alors que la *Propaganda Abteilung*, dès juillet 1940, contrôle *Radio Paris* et diffuse des émissions pro-nazies à Londres.

Cela étant, l'histoire de la radio en France peut se diviser en trois parties qui s'articulent autour de deux dates importantes : 1945 et 1982.

La première s'étend de son apparition à l'année 1945. C'est une période d'atermoiements et d'ambiguités pendant laquelle le pouvoir politique se montre à la fois méfiant et fasciné par ce nouveau média dont il entrevoit les avantages (le président du Conseil Tardieu n'hésitera pas à s'approprier les ondes pour assurer sa propre campagne lors de l'élection de 1932) mais aussi les limites qu'il ne peut franchir. Léon Blum dénoncera ce monopole dans « *le populaire* » du 11 avril 1932 « *en France « le sans fil » appartient au gouvernement et à la réaction* » et réclamera, dans un souci démocratique, un partage équitable du temps de parole entre les différents partis politiques. A partir de 1938, un « censeur » sera désigné pour contrôler les informations auprès des quatorze postes publics puis, dès l'année suivante, Daladier étendra cette censure aux treize postes privés et mettra en place en février 1939 le Centre de l'information générale placé sous l'autorité de la présidence du Conseil. Cet organisme inaugura un système centralisé de radiodiffusion nationale qui durera dans les faits sous des formes diverses (RDF, RTF et ORTF), après la période de l'Occupation pendant laquelle censure et propagande seront exercées en lien ou directement par l'occupant. Les services de la *Propaganda Abteilung* seront très présents et actifs pour orienter l'information parlée ou écrite.

b) A partir de 1945 : le monopole d'Etat

Jusqu'aux années 60, la radiodiffusion connaît une belle expansion en Europe et la France s'inscrit dans le mouvement, mais avec un certain retard par rapport à la Grande-Bretagne et l'Allemagne : 5 millions de postes fin 1945, 10,7 en 1958 en France (15 millions en Grande-Bretagne et autant en RFA en 1960).

Le monopole d'Etat devient la règle et les stations privées sont réquisitionnées ; la radio télévision française et la SOFIRAD, créées en 1945, fonctionnent sur fonds publics selon un mode très centralisé. *Radio Paris* irrigue depuis la capitale ses relais provinciaux. En 1947 Paris Inter naît. La SOFIRAD contrôle *Radio Monte-Carlo* et prend une forte participation dans le capital d'*Europe n°1*, alors que Havas s'investit dans *Radio Luxembourg* étendant ainsi le contrôle de l'Etat aux radios périphériques.

Les techniques s'améliorent, de même que le contenu des émissions, et permettent de toucher un large public : le « *grenier de Montmartre* » et « la boîte à sel » des chansonniers, les « *rendez-vous de cinq heures* », le Club d'essai et les interviews littéraires de Paul Claudel, André Gide... consacrent l'essor de la radio.

Malheureusement, cette vitalité ne se traduit pas dans l'information qui reste très contrôlée par le pouvoir politique. La nomination des responsables, comme l'accès à l'antenne, seront soigneusement choisis et décidés par le

gouvernement en place. C'est ainsi que la radio se verra confirmée dans un rôle public et utilisée comme un véritable instrument de communication de l'Etat.

La découverte du transistor par la compagnie Bell en 1948 aux Etats-Unis et sa diffusion à partir du milieu des années cinquante en Europe et en France va donner un nouvel élan à la radio au moment où précisément se profile un nouvel intrus, la télévision.

La miniaturisation, la mobilité et bien vite la chute des coûts en raison de son succès commercial, vont permettre une rapide multiplication des appareils sans qu'on puisse en chiffrer le nombre car la redevance n'est due que pour un seul poste. Les événements d'Algérie et ceux de mai 68 confirmeront le rôle capital joué par la radio dans leur déroulement : diffusion des messages du général de Gaulle aux soldats du contingent sur le terrain pour déjouer le putsch d'Alger et stratégies urbaines facilitées pour les étudiants.

La radio se positionne aussi par rapport à la télévision par ses créneaux horaires - le matin ayant la faveur des auditeurs - et en ciblant des catégories de publics, en particulier les jeunes auxquels elle propose pour la première fois des émissions qui leur sont spécialement dédiées : « *Salut les copains* » sur *Europe n° 1*, dès 1955.

Les relations tumultueuses entre le gouvernement, et plus particulièrement ses ministres de l'information successifs, et l'ORTF née en 1964, illustrent parfaitement la façon dont ce média entend s'affranchir du politique. La désignation d'Arthur Conte, premier président directeur général de la radio et de la télévision par le président Georges Pompidou en 1972 en est un bon exemple. En effet, cet homme, sitôt nommé, manifeste son souci d'autonomie par rapport au pouvoir qui l'a mis en place. Sa liberté d'expression lui vaudra son poste. L'éviction de Maurice Siégel d'*Europe n° 1* pour « persiflage » est tout aussi parlante.

Cela étant, la radio publique poursuit la modernisation de ses émissions ce qui permet à *France Inter* de devancer *Radio Luxembourg* et *Europe n° 1*. L'évolution des technologies avec le développement de la bande de modulation de fréquence, une meilleure écoute, puis l'arrivée du satellite vont favoriser les réseaux.

c) Le tournant de 1982, l'essor des radios dites « libres »

Radio France naît en 1974 du démantèlement de l'ORTF, elle regroupe *France Inter*, *France Culture*, *France Musique*, *FIP* locale et spécialisée, et côtoie les périphériques : *Radio Luxembourg* devenue *RTL*, *Europe 1*, *Radio-Monte Carlo* et *Radio Andorre*. Ensemble, ces radios composent le « paysage » radiophonique des Français.

L'arrivée en 1977 de *Radio verte*, marque le début d'une liberté des ondes déjà bien amorcée chez nos voisins Allemands, Italiens ou Belges.

Les syndicats français créent à leur tour des radios « pirates » avec « Lorraine cœur d'acier » créé par les sidérurgistes et « SOS emploi » par la CGT. Les autonomistes régionaux, mais aussi les politiques : *Radio fil bleu*, d'obédience giscardienne et *Radio riposte*, socialiste, leur emboîtent le pas, suivis par de nombreux autres groupes.

Georges Fillion, le nouveau ministre de la Communication, autorise dès novembre 1981, des dérogations au monopole, mais c'est la loi du 29 juillet 1982 qui scellera cette liberté dans son article 1er : « *la communication audiovisuelle est libre* ». Il mettra aussi en place la Haute autorité de la communication audiovisuelle (HACA) chargée notamment de l'attribution des autorisations d'émettre et de l'organisation de la bande de modulation de fréquence en liaison avec le ministère des Armées qui doit céder progressivement une partie de la bande. Reste à trancher la délicate question de la publicité. Après une période d'atterrissement, la liberté d'y recourir sera accordée en 1984 et permettra l'éclosion des radios privées commerciales. Les radios musicales connaissent un essor à Paris avec *RFM*, *NRJ*, *Kiss FM*, mais aussi en province. *NRJ*, *Skyrock*, *Fun radio* se développent en réseau en s'associant à des opérateurs locaux. La loi « anti-concentration » de 1986 reconnaît les nouvelles radios commerciales nationales. Très vite le trop grand nombre de fréquences de radios privées (1 800) pour se distribuer une manne publicitaire limitée (3, 5 milliards de francs) conduira à la fermeture de stations ou au regroupement dans des réseaux nationaux. Ces regroupements s'opéreront par affinité en ciblant des populations spécifiques par tranches d'âge : *NRJ*, *Fun radio* s'adressent aux jeunes, *Chérie FM*, *RFM* aux 25-35 ans ou *Nostalgie* aux plus de 40 ans...

A côté de ce secteur privé en développement, le secteur public se restructure autour de *Radio France*. Il obtient d'abord une meilleure police des fréquences à l'égard des nouvelles radios libres qui ne respectent pas les règles sur le niveau sonore de leurs émissions (limité par les textes à 100 W). Il organise son activité à partir d'un budget alimenté par la redevance, à l'exclusion de toute publicité autre que « collective », et enfin procède à une décentralisation avec l'ouverture d'antennes à vocation régionale, départementale ou locale pour unifier l'ensemble du territoire. Il existe aujourd'hui une cinquantaine de radios publiques locales, mieux implantées en régions rurales que dans les grandes villes, qui coexistent de façon équilibrée avec des radios privées.

Ce secteur, stimulé par la concurrence, bénéficie des avantages apportés par le satellite. Il propose, à partir de 1987, un nouveau concept : la radio thématique centrée sur l'information avec « *France-Info* » et développe le « *Radio data system (RDS)* »¹.

La loi du 17 janvier 1989 divise le paysage audiovisuel français en cinq catégories : les radios non commerciales, les radios commerciales locales indépendantes, les radios affiliées ou franchisées à un réseau, les radios thématiques nationales et enfin les radios nationales généralistes, ex périphériques. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, chargé de veiller au développement pluriel de ce média, interdit les changements de catégorie et réserve la publicité locale aux opérateurs locaux. Malheureusement, sa tâche n'est pas facile et ses moyens de contrôle et surtout les sanctions nécessaires difficilement applicables. Dix ans après la loi, on constate que les frontières qui devaient être étanches entre les diverses catégories, sont régulièrement franchies,

¹ RDS permet de transmettre des informations complémentaires : le positionnement automatique sur la fréquence la plus proche, l'interruption du programme pour diffuser une information, les références d'un ouvrage ou d'un morceau de musique... cf. Les cahiers français de la Documentation française n° 266 mai-juin 1994.

notamment entre la deuxième et troisième catégorie, voire entre la première et troisième catégorie.

Souple, conviviale ou individuelle, la radio est le média le plus écouté des Français (80 %) qui disposent en moyenne de six appareils par foyer (poste radio, radio réveil, tuner, autoradio¹, baladeur) et consacrent 189 minutes par jour à l'écouter dont 74 pour *France info*. Après les radios généralistes qui arrivent en tête avec 39,9 % d'audience, viennent les radios musicales nationales avec 29,3 %, puis les radios locales. Les jeunes préfèrent nettement les radios musicales ; en avançant en âge, les informations sont davantage écoutées. L'information constitue moins de 20 % de l'offre pour l'ensemble des stations mais représente 30 % de la consommation, ce qui laisse à penser que la radio est et reste un instrument privilégié d'information.

2.2. *Les actualités au cinéma*

Avant l'intervention, puis le développement de la télévision, les actualités de cinéma constituaient un véritable journal filmé hebdomadaire présenté avant le film de long métrage... Ces bandes sont montées pour la projection en salle à l'aide de prises de vues, alliant reportages et documents de toutes origines, tournés spécialement ou empruntés. En France, la première firme à présenter les actualités en salle fut « *Pathé Journal* », créée en 1908. A la Libération, les Actualités françaises, à la suite de la mise sous séquestre d'une firme au service de l'occupant, diffusèrent, sous le contrôle de l'Etat, les actualités hebdomadaires pendant une vingtaine d'années. Les progrès de la diffusion de l'information par la télévision aboutirent à mettre fin à la présentation des actualités dans les salles de cinéma.

3. La télévision

Nées de la photoélectricité, les techniques utilisées pour la mise au point de la télévision sont nombreuses et varient d'un pays à l'autre pendant la période de tâtonnements et d'expérimentations des années trente.

La Grande-Bretagne se montre précurseur en Europe. A partir de 1936, la BBC lance ses premières émissions publiques et trois ans plus tard, 20 000 récepteurs fonctionnent dans la région londonienne. Aux Etats-Unis, la firme RCA émet depuis le haut de l'Empire State Building dès 1931, mais la concurrence qui s'installe entre entreprises et qui empêche l'adoption d'un procédé unique, retardera le démarrage de la télévision : seuls 5 000 postes sont en service en 1941.

En France, René Barthélémy et Henri de France, avec la bienveillante complicité du ministre des Postes Georges Mandel, peuvent procéder à des expérimentations conduites dans des studios de la rue de Grenelle, et retransmises depuis la Tour Eiffel. L'arrivée de la guerre interrompra le processus. Sous l'Occupation, les Allemands qui avaient déjà développé dans cinq à six villes de leur pays des essais de télévision publique, firent fonctionner, au profit des soldats hospitalisés dans la région parisienne, une télévision nazie installée... rue Cognacq-Jay.

¹ Aujourd'hui pratiquement toutes les voitures en sont équipées.

Mais c'est véritablement après 1945 que se développe la télévision et que les Etats-Unis prennent une avance qu'ils ne perdront plus. Grâce au standard imposé par la *Federal communication commission* (FCC) 30 000 postes sont mis en service en 1947, 4 millions en 1950 et 35 millions en 1961. La télévision fonctionne grâce à la publicité dont les recettes (10 millions de dollars en 1947, 1,5 milliard de dollars en 1960) et le temps d'antenne ne cessent de croître.

La France connaîtra un démarrage bien plus lent que la Grande-Bretagne (11,8 millions de postes en 1962) et même que l'Allemagne qui pourtant doit repartir de zéro (4,6 millions de postes en 1960). Ce retard est imputable à son choix technologique : le « 819 lignes » (alors que ses voisins anglais ont opté pour le 405 lignes) sans doute plus performant dans la qualité de ses images mais plus coûteux, explique qu'elle ne compte qu'un peu moins d'un million de récepteurs en 1958.

La télévision qui n'a pas joué de rôle important pendant la guerre s'épanouira réellement dès la fin du conflit et les hommes politiques, fascinés par ce nouveau média, résisteront mal au désir de se l'approprier ou de l'instrumentaliser.

Le petit écran apparaît comme un miroir qui attise les appétits narcissiques. Pour certains il entretiendra l'illusion que, touchant un public plus large, il pourra peser d'un poids déterminant lors des élections. Pour d'autres, le pouvoir de conviction de l'image s'impose : le face-à-face télévisé entre Nixon et Kennedy à la veille de l'élection présidentielle de 1960 transformant l'avantage médiatique du plus jeune en succès électoral, est resté longtemps ancré dans les mémoires. La télégénie des candidats pèse encore dans la balance électorale, au point que rares sont aujourd'hui les hommes politiques qui ne s'entourent pas de conseils en communication qui ne sont pas sans effets sur le style et l'expression du discours politique.

Conscients du rôle de cette étrange lucarne sur les citoyens, les gouvernements successifs manieront les armes en leur possession pour tenter de la domestiquer à leur profit par la technique, la réglementation mais aussi en agissant sur son financement. La modulation entre la redevance et la publicité, en particulier, sera très largement utilisée.

L'usage du prompteur, réservé au Président de la République et au Premier ministre, servira à renforcer le pouvoir de conviction de l'orateur en donnant l'impression qu'il s'adresse à son public en le regardant dans les yeux.

Comme pour la radio, on peut séparer en trois parties l'évolution de la télévision en France, mais en déplaçant le curseur sur l'échelle du temps.

La première étape va des balbutiements de ce nouveau média jusqu'au début des années quatre-vingt. Elle est marquée par le monopole et la censure. Vient ensuite la période de la concurrence et des évolutions juridiques qui permettent une meilleure expression, puis, à partir du début des années quatre-vingt-dix, celle des bouleversements technologiques qui ouvrent la voie à une nouvelle ère de la communication.

3.1. La mainmise de l'Etat sur l'audiovisuel

Durant la très longue première période, caractérisée par de nombreuses évolutions techniques telles que le passage du noir et blanc à la couleur dans les années soixante, la télévision est un instrument entre les mains du gouvernement qui nomme ses dirigeants en conseil des ministres.

Le général de Gaulle adoptera une attitude particulièrement claire à son égard en créant le Service de liaisons interministérielles (SLI)¹. Les recommandations qu'il donne à son ministre de la Communication Alain Peyrefitte sont tout aussi éloquentes : « *vous savez, vos journalistes de la presse écrite, vous pouvez toujours essayer de leur expliquer les choses, vous n'y arriverez pas. Ce sont des adversaires et ils sont bien décidés à le rester. Alors servez-vous au moins de l'instrument que vous avez entre les mains, la télévision ; mais servez-vous en à bon escient. N'essayez pas de persuader les responsables, donnez-leur des instructions* »².

Mais progressivement la télévision cherchera à s'émanciper et prendra dans les magazines, les plages d'autonomie qu'elle ne peut avoir dans le journal télévisé. La création de l'ORTF en 1964 avec l'ouverture d'une deuxième chaîne, apportera une liberté de ton. Les événements de mai 68 marqueront un arrêt de ce mouvement d'émancipation, voire un recul. « *L'ORTF vit cet épisode en décalage chronologique par rapport au mouvement étudiant et la grève y dure plus longtemps qu'ailleurs. La reprise en main est extrêmement brutale, sous l'autorité du ministre Yves Guéna, qui révoque plusieurs dizaines de journalistes - une « charrette » dont on ne connaîtra jamais l'équivalent par la suite* »³. Après les événements de mai 1968, cette évolution se confirmera sous le gouvernement dirigé par Jacques Chaban-Delmas, puis sous la présidence de Valéry Giscard d'Estaing qui procédera à la dissolution de l'ORTF dix ans plus tard. Cet organisme sera remplacé par sept sociétés dont *Radio France*, *TF 1*, *Antenne 2*, *FR 3*, la Société française de production (SFP), la Télédiffusion de France (TDF) et enfin l'Institut national de l'audiovisuel (INA). En dépit des promesses faites, ce secteur ne bénéficiera pas réellement de l'autonomie attendue et la tradition étatique et centralisatrice perdurera jusqu'à la fin de la décennie.

3.2. La fin du monopole et la coexistence du service public de l'audiovisuel et d'un secteur privé

La deuxième période commence avec l'adoption de la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, déjà citée.

Ce texte scelle la disparition du monopole de l'Etat sur la radiodiffusion, la télédistribution, met en place la première autorité de régulation indépendante, la HACA et le Conseil national de la communication audiovisuelle (CNCA). Il réorganise aussi le service public de l'audiovisuel sous le contrôle de la HACA, et instaure diverses mesures visant à garantir les grands équilibres entre médias, la transparence, le pluralisme et enfin la protection des journalistes.

¹ Service chargé de l'ensemble des communications entre le gouvernement et la télévision.

² Alain Peyrefitte, *C'était de Gaulle*, éd. Fayard 1994 (page 500).

³ J.N. Jeanneney op. cit.

La création en 1984 d'une chaîne hertzienne cryptée à péage annonce le début d'un secteur privé.

Mais c'est véritablement la loi du 30 septembre 1986, complétée par celle du 27 novembre de la même année, qui marquera un tournant en créant un secteur privé à côté du secteur public avec la privatisation de *TF1*. L'année suivante verra l'apparition de deux autres chaînes privées, la *5* et *TV6* (aujourd'hui *M6*). En 1992, *ARTE*, chaîne culturelle, prendra le nom de *SEPT-ARTE* avant de partager le temps d'antenne du cinquième canal télévisuel avec la *Cinquième* ou chaîne du savoir.

Le service public de la télévision doit répondre à des missions bien définies : informer, éduquer et divertir. Alimenté par la redevance, il a évolué avec l'apparition des chaînes privées. La possibilité pour le secteur public de recourir aux recettes de la publicité a introduit une notion de concurrence, banalisant par-là même son essence et introduisant un manque de lisibilité dans ses missions. Le service public de l'audiovisuel se compose désormais de *France 2*, *France 3*, la *SEPT-ARTE*, et la *Cinquième* qui devraient fusionner, de l'*INA*, de *Radio France*, *RFO* et *RFI*. A côté des chaînes généralistes, se sont créées des chaînes thématiques tout comme un demi-siècle plus tôt, la presse écrite avait vu se développer auprès des quotidiens d'information générale et politique, les magazines avec le succès que nous leur connaissons.

La Commission nationale des communications et des libertés (CNCL) qui a remplacé la HACA en 1986 assure le contrôle du nouveau Paysage audiovisuel français (PAF). En 1988, la Cinq qui diffuse 24 h/24 s'affirme comme la chaîne de l'information.

Cette marche vers la maturité et l'indépendance sera confirmée par l'adoption de la loi du 17 janvier 1989 qui met en place, véritable organe de régulation doté de compétences remaniées par rapport à la HACA et à la CNCL. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), nomme les PDG des chaînes publiques. Conformément aux dispositions de l'article premier, il contrôle l'exercice de la liberté de communication, veille au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion et à l'honnêteté de l'information et des programmes. Il veille également à la déontologie du contenu des messages publicitaires, à la protection de l'enfance et de l'adolescence, au contenu des programmes y compris pour les chaînes privées, au respect de l'égalité de traitement des usagers et aux spécifications techniques des réseaux câblés. En outre, il dispose d'un pouvoir réglementaire sur les conditions techniques d'usage des fréquences, le déroulement des campagnes électorales à la radio et à la télévision, le droit de réplique, et sur les émissions d'expression directe. Ces droits sont assortis d'un pouvoir de sanction sur les manquements constatés.

Dix années de fonctionnement du CSA permettent de constater que cet organe indépendant de médiation, d'arbitrage et de régulation a pu trouver, à travers les aléas des évolutions politiques et technologiques, un certain cap vers l'autonomie au service de la liberté de communication qui reste à confirmer. Le nombre de « dérapages » et de « bidonnages » dans les émissions d'information, dont la répétition ne peut laisser indifférent, conduisent à s'interroger sur un possible élargissement des missions du CSA portant notamment sur un contrôle de la déontologie journalistique.

3.3. *Les bouleversements introduits par les nouvelles technologies à partir des années 90*

La deuxième étape a introduit une atteinte à l'unité du service public audiovisuel, en inscrivant certaines missions de service public dans les cahiers des charges du secteur privé. En outre, l'utilisation des innovations technologiques a contribué à une déstabilisation du téléspectateur qui se trouve aujourd'hui confronté à un hyper choix. La retransmission hertzienne nécessitait des relais tous les 50 à 80 km et des autorisations pour leur implantation. Maintenant, la diffusion par satellite, associée ou non au câble, transgresse les frontières des Etats et rend les images aussi incontrôlables que les sons de la radio. De même que les récepteurs et les antennes paraboliques se miniaturisent, la numérisation permet une densification du volume des informations : quinze à vingt programmes peuvent désormais passer sur un même canal satellite. Images et sons parviennent en temps réel du monde entier, multipliant à l'envi les programmes.

L'utilisation de la télécommande a en outre permis le « zappage » d'une chaîne à l'autre, modifiant le comportement des téléspectateurs. Si certains deviennent de véritables consommateurs avertis qui font leurs choix en matière d'information en fonction de leurs opinions politiques, de leurs goûts et de leur niveau culturel, d'autres s'en remettent au hasard, errant de chaîne en chaîne et adoptant un style d'écoute morcelé.

La généralisation de la télécommande a par ailleurs eu pour effet de conduire producteurs et diffuseurs à bâtir des stratégies « anti-zappage ». Soucieux de leur audience, ils ne redoutent rien tant que cette liberté offerte aux téléspectateurs de changer de chaîne sitôt qu'un programme cesse de les intéresser ou de les séduire. Afin de lutter contre ce papillonnage télévisuel, une multitude de techniques ont été élaborées, ayant pour principal trait commun de privilégier les images chics et chocs.

Force est de constater, par exemple, que les journaux des grandes chaînes généralistes sont construits sur un modèle similaire et adoptent le plus souvent la même hiérarchisation de l'information. Priorité est accordée aux sujets dramatiques, aux images fortes, surprenantes ou attrayantes (faits divers, événements concernant des célébrités...), c'est-à-dire à ce qui est susceptible de retenir l'attention du téléspectateur et de le dissuader de changer de canal.

On peut craindre de l'impact de cette innovation technique sur le contenu et l'organisation même des programmes qu'elle ne renforce non seulement le primat de l'émotion sur la réflexion et l'analyse, mais encore la complaisance à l'égard des attentes supposées du public.

Céder à la facilité consistant à faire de l'actualité un spectacle mis en scène dans le seul but de captiver l'auditoire tourne le dos à une certaine conception du journalisme rappelée par M. Reuven Frank, ancien président de NBC News : « *les nouvelles sont quelque chose dont les gens ne savent que ça les intéresse avant qu'on ne leur en parle. Le travail de journaliste est de prendre ce qui est important et de le rendre intéressant* ». En outre, on peut légitimement redouter si cette tendance devait se confirmer, qu'elle ne porte atteinte, à terme, au crédit déjà entamé des journalistes et de l'information.

Sur un plan plus général, l'enquête du Département des études et de la prospective du ministère de la Culture¹, montre que le rapport à la télévision s'est modifié, attestant de certaines évolutions déjà signalées : se développent des pratiques d'écoute flottante, c'est-à-dire sans choix préalable de l'émission, le téléviseur étant allumé sans consultation des programmes, le téléspectateur pouvant zapper et suivre plusieurs programmes en même temps, voire vaquer à d'autres occupations. Le tableau n° 10 et le graphique n° 2 ci-dessous permettent de constater que les Français regardent de plus en plus la télévision et que les usages qu'ils en font ont évolué fortement entre 1989 et 1997.

Tableau 10 : Les pratiques audiovisuelles hebdomadaires

sur 100 Français de 15 ans et plus

Au cours des 12 derniers mois	1989	1997
Ont regardé la télévision	90	91
Tous les jours ou presque	73	77
Durée moyenne	19 heures	21 heures
Ont regardé des cassettes vidéo	24	66
Au moins 1 fois par semaine	13	28
Durée moyenne	1 heure	2,5 heures
Ont écouté la radio	85	87
Tous les jours ou presque	66	69
Durée moyenne	15 heures	15 heures
Ont écouté des disques ou des cassettes	73	76
Tous les jours ou presque	21	27
Durée moyenne	5 heures	5 heures
Ont utilisé un micro-ordinateur ¹		14
Tous les jours ou presque		4

¹ dans le cadre de leurs loisirs

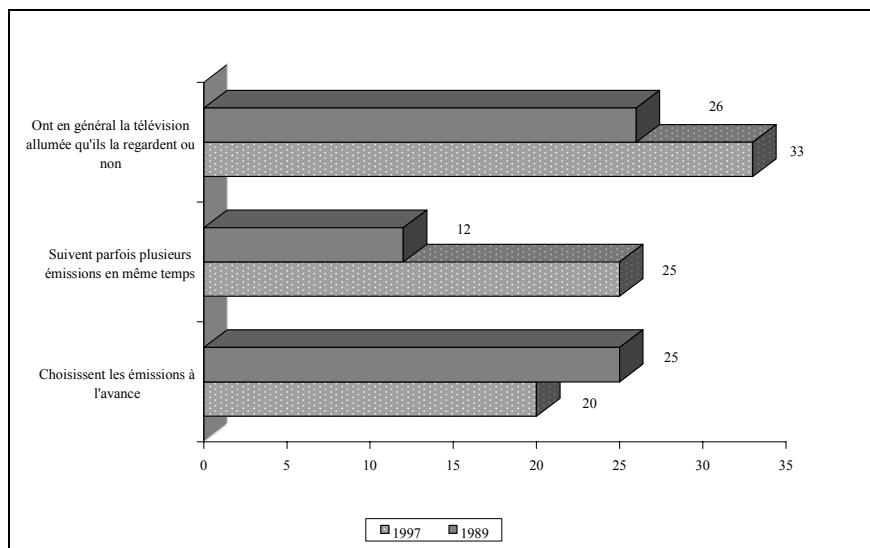
Source : département des études et de la prospective - ministère de la Culture et de la communication

L'apparition du magnétoscope a aussi modifié les usages de la télévision. Elle a permis la vision en différé d'une émission ou d'un film mais aussi l'arrêt sur image, des accélérés, des retours en arrière et donc une certaine prise de distance par rapport à l'image, sa rapprochant ainsi du mode de lecture d'un ouvrage.

¹ « *Les pratiques culturelles des Français* ». Cette enquête réalisée en 1973 et renouvelée en 1981, 1989 et 1997, permet de suivre l'évolution de ces pratiques depuis un quart de siècle.

Graphique 2 : Les usages de la télévision

Sur 100 Français de 15 ans et plus



Source : Département des études et de la prospective - ministère de la Culture et de la communication

Le rapport présenté en février 1997 au Conseil économique et social par M. Hadas-Lebel sur « *la télévision de demain : nouvelles technologies et société* », auquel il serait utile de se reporter, fait parfaitement le point sur cette question. C'est la raison pour laquelle ces aspects ne seront pas développés davantage ici.

3.4. La télévision aujourd'hui, une source d'information généralisée

Pratiquement tous les foyers sont équipés d'au moins un récepteur couleur (98,9 % contre 1 % noir et blanc), 36,8 % d'entre eux sont multi-équipés et 73,7 % disposent aussi d'un magnétoscope. Depuis 1972, le nombre de récepteurs de télévision a dépassé celui du tirage des quotidiens. La présence de plusieurs postes dans le foyer favorise une écoute plus individualisée avec le risque pour les plus jeunes téléspectateurs de l'absence de commentaires des adultes pour résituer un événement, le mettre en perspective, ce que la fugacité des images et la densité des commentaires de la télévision ne permettent pas toujours.

Nos concitoyens passent en moyenne 192 minutes par jour devant leur téléviseur mais ce temps varie selon l'âge, le sexe ou l'activité, comme l'indique le tableau n° 11 ci-après.

Tableau 11 : Durée d'écoute quotidienne moyenne de la télévision
en 1997

Durée d'écoute par individu en minutes, lundi-dimanche, 3 h. 27 mn	
15 ans et plus	192
Ménagères	212
Ménagères de moins de 50 ans	174
Ménagères de 50 ans et plus	254
Ménagères avec enfant	168
Responsables d'achats de moins de 60 ans	181
Garçons 4-14 ans	117
Filles 4-14 ans	118
Hommes 15-24 ans	113
Femmes 15-24 ans	141
Hommes 25-34 ans	161
Femmes 25-34 ans	177
Hommes 35-49 ans	163
Femmes 35-49 ans	172
Hommes 50 ans et plus	233
Femmes 50 ans et plus	253
Hommes 15-34 ans	137
Femmes 15-34 ans	160
Hommes 15-49 ans	148
Femmes 15-49 ans	165

Source : Médiamétrie

Alors que la télévision sert à la fois à informer, distraire et éduquer, pour reprendre les missions qui ont été assignées au service public, force est de constater que le temps d'écoute de l'information est en régression. Le tableau n° 12 ci-après montre que si la part de l'offre d'information reste relativement stable entre 1995 et 1996 et se situe aux alentours de 10 % pour l'ensemble des six chaînes hertziennes, la part de l'écoute chute de 0,7 %, passant de 184 heures à 173 heures, soit de 18,1 % à 17,4 %. Les journaux et magazines connaissent toutefois un meilleur succès que les autres programmes d'information.

Tableau 12 : L'offre d'information en 1995 et 1996

Offre de programmes	TOTAL		TF1		F2		F3		ARTE		Cinquième		M6	
	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1995	1996
Information en heures dans l'offre totale	4144	4126	1039	981	1283	1209	1132	1234	75	170	222	158	393	374
(base 100) en %	10,2	10,0	11,9	11,2	14,7	13,82	15,8	16,8	2,6	5,9	4,8	3,3	4,5	4,3
Journaux	2360	2455	832	787	742	715	509	578	58	156	0	0	219	219
Magazines d'information ¹	1026	1081	89	95	280	339	473	504	0	184	143	0	0	0
Autres	758	590	118	99	261	155	150	152	16	14	38	15	174	155
TOTAL DE L'OFFRE (base 100)	40823	41213	8736	8736	8724	8736	7165	7345	2842	2906	4620	4754	8736	8736

¹ La classification de Médiamétrie répertorie les magazines de la rédaction dans le genre magazines et documentaires

Source : Données Médiamétrie, traitement INA in *La télévision en 1996*. Rapport SJTI/INA

Quant à l'offre, en régression sur France 2 et la Cinquième, elle progresse sur France 3 qui connaît son maximum d'audience sur le 12/13 heures et sur Arte qui lance son 7 ½ sur l'Access Prime time. Le « 6 minutes » de M6 connaît également un bon succès.

A côté de ces journaux télévisés offerts par les chaînes généralistes qui restent la source télévisée majeure d'information pour les Français, il faut mentionner l'arrivée de *LCI*, filiale de *TF1*. *Eurovision news* (EVN) qui fonctionne depuis le début des années cinquante par échange d'actualités entre pays européens, propose sur le câble et le satellite un programme en continu d'informations qui a du mal à s'imposer face aux deux grandes agences Reuter et Associated press mais surtout face à BBC international ou CNN international.

Alors que la télévision connaissait les bouleversements que l'on vient de voir, apparaissait une Nouvelle technologie de l'information et de la communication (NTIC) qui devrait, selon certains, nous précipiter dans une société de l'information : internet.

4. L'Internet

Si pour certains, l'internet est un média à part entière, notamment en ce qu'il propose une nouvelle forme d'accès à une information existante, le plus souvent écrite, pour d'autres, il n'est pas un média dans la mesure où il offre des informations brutes, non vérifiées, non commentées par un journaliste. On peut, en tout état de cause, considérer qu'il s'agit d'un formidable moyen d'accès à l'information et à la culture. En cela, il se positionne donc davantage en complémentarité qu'en rivalité avec les autres médias. Cette éventuelle rivalité reste toute relative aujourd'hui si l'on se réfère au nombre de foyers connectés : environ 5 %. La France est très en retard par rapport à ses voisins européens ou américains qui connaissent un taux de pénétration supérieur, 20 % pour ces derniers.

Ces chiffres, encore minimes mais en forte croissance (comme l'indique le tableau n° 13), n'ont pas manqué d'inquiéter les éditeurs de journaux qui, très vite, ont tenu à s'inscrire sur le réseau. Les grands quotidiens nationaux, comme *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération* et *Les Echos* sont déjà présents sur le « Net » tout comme une bonne trentaine de régionaux dont *Les dernières nouvelles d'Alsace*, *Le télégramme*, qui peuvent être consultés par simple connexion à partir d'un modem, très peu coûteux, installé sur un ordinateur.

Cette mise « on line » des journaux dans leur configuration papier a rapidement été suivie de véritables services d'information interactifs offerts par les cyber journaux. Ceux-ci permettent d'accéder aux différentes sources utilisées dans les articles et à des données complémentaires, historiques, juridiques ou économiques.

Le Monde et *Libération* proposent des forums concernant certains des sujets traités. Le premier, à partir de 17 heures chaque soir depuis 1995, permet d'accéder à sa « une » sur le Web, mais aussi à une revue littéraire et artistique des dernières publications ou expositions. Ses dix dernières années d'archives peuvent être consultées. Le second fixe aussi rendez-vous quotidiennement à ses

lecteurs qui peuvent consulter des articles du jour, les archives de la semaine, et une sélection de sites dont celui de l'AFP.

Le Figaro, qui s'est spécialisé dans la politique, propose notamment des données électorales. *La Tribune* et *Les Echos* présentent leur journal, leurs archives et des données économiques sur les entreprises françaises.

De son côté l'AFP a ouvert un site permettant d'accueillir les journaux qui le souhaitent et de vendre ses dépêches, car ces services télématisques sont pour partie gratuits (les journaux) et pour partie payants, s'agissant de consultations plus précises (archives, accès aux banques de données...).

Il est évident que pour un éditeur, l'ouverture d'un site Web peut paraître très attractive et surtout avantageuse d'un point de vue économique. Avec un investissement initial limité (2 à 3 millions de francs), la suppression de toutes les charges de fabrication, de production et de distribution dont on a vu combien elles étaient lourdes pour les entreprises, les éditeurs espèrent en outre toucher un public très vaste, à travers le monde. La séduction est d'autant plus grande qu'à l'avantage économique vient s'ajouter celui de la rapidité : l'impression d'un journal prend plus de temps que l'envoi de messages sur le Web ; lors du dernier grand tremblement de terre en Californie, les habitants étaient tenus informés minute par minute de l'ampleur du séisme et des consignes à suivre.

Il faut toutefois revenir à la réalité : seulement trois à quatre millions d'utilisateurs (y compris professionnellement) réguliers¹ d'Internet dans notre pays à comparer aux 9,5 millions de journaux tirés quotidiennement ! Même si le coût d'achat d'un ordinateur ne cesse de baisser, on ne compte que 23 % de ménages disposant d'un tel équipement à domicile. En outre, l'utilisation est individuelle et instantanée alors que le journal peut s'échanger entre les différents membres du foyer (on compte 3 lecteurs pour un journal acheté) et favoriser les échanges. Ergonomiquement, il apparaît évident que la position assise devant un clavier, et la lecture sur écran apportent une certaine fatigue alors que la lecture du journal constitue pour chacun d'entre nous un moment de détente, chez soi, dans les transports ou sur une plage.

Il faut aussi considérer que pour le lecteur, même si la consultation sur le Web d'un journal est gratuite, le coût de la connexion et de sa durée excèdent largement celui de l'achat d'un quotidien.

Enfin, nombre de personnes, notamment âgées, ne pourront pas se familiariser avec ce nouveau mode de lecture qui demande une rapidité de déchiffrage et des manipulations qui, même de plus en plus simplifiées, restent complexes pour certains.

Mais toutes les informations qui circulent sur l'internet ne sont pas celles proposées par les éditeurs et agences de presse. Nombreuses sont celles émises par des particuliers ou des entreprises peu scrupuleux, à connotation raciste, sexuelle, politique, ou encore non vérifiées. Les dangers existent : l'internaute doit savoir trier, interpréter, vérifier les informations, toutes opérations qu'un bon journaliste effectue et c'est en cela que pour certains le Web ne peut être

¹ in La lettre du gouvernement - février 1999

considéré comme un média. Pour Jean-Claude Bertrand¹, comme pour Serge Guérin², il appartient à l'internaute d'agir directement, en changeant de site ou en usant directement de son « droit de réponse » grâce à la possibilité d'interactivité dont il dispose. Cette nécessaire éthique de l'internaute serait cependant insuffisante sans une déontologie des professionnels et un contrôle de qualité de la part des éditeurs.

Toutefois, certains « dérapages » ont déjà donné lieu à des actions en justice. Citons pour mémoire, en 1996, l'assignation des deux fournisseurs d'accès internet, Francenet et Worldnet, pour publication et mise à la disposition des abonnés d'images pédophiles, ou de Cavalcom pour publication de textes et de messages négationnistes. Plus récemment, la condamnation de l'hébergeur Altern. org. à 300 000 F de dommages et intérêts à titre provisionnel pour avoir accepté de diffuser, à la suite de la publication par un tiers anonyme de photos dénudées de Estelle Hallyday, a conduit la communauté internaute à s'élever contre ce qu'elle appelle une censure. En effet, l'assimilation de l'hébergeur à un directeur de publication revient à le rendre responsable de ce qui sera diffusé sur des espaces qu'il aura procurés gratuitement ou non à un site.

Cette orientation jurisprudentielle a conduit au dépôt de projets de loi visant à amender la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

Il est néanmoins évident que ce nouvel espace de liberté sans frontières offert par l'internet est une chance à saisir. Il représente une source d'information et de connaissances, d'accès pratiquement en temps réel, et une opportunité pour les chercheurs, les étudiants, les élèves ou simplement les curieux qui peuvent ainsi éviter les déplacements et les séjours, parfois prolongés, en bibliothèque.

Comme toute technologie nouvelle, Internet soulève espoirs pour les uns, inquiétudes pour les autres. Son développement, dans la mesure où il offre des possibilités élargies d'accès aux connaissances et à l'information doit être encouragé. Toutefois, son évolution mérite d'être accompagnée, au niveau international, d'une concertation en vue d'éviter les dérapages s'agissant de la déontologie et de la protection des citoyens, notamment les mineurs. Mais dans le même temps, il convient de veiller à ce que l'accès à ce moyen de communication ne soit pas source d'inégalités.

Les générations qui nous suivent, liront peut-être leur journal ou leur roman préféré, installées sur leurs chaises longues en utilisant des lecteurs miniaturisés dotés d'écrans plasma escamotables. La complémentarité avec les autres médias, voire peut-être la fusion, sera alors complète. Le régime juridique ne doit-il pas d'ores et déjà se préparer à ce rapprochement ?

5. Les nouveaux médias, concurrence ou complémentarité ?

L'arrivée de nouveaux médias est souvent considérée comme un élément de concurrence par les plus anciens.

¹ Professeur à Paris II in *Et la déontologie dans le cyberspace ?*, MediasPouvoirs n° 41 – 1^{er} trimestre 1996.

² Journaliste consultant in *La presse en ligne ou le pari pascalien de la « cybiculture »*, MediasPouvoirs n° 41 – 1^{er} trimestre 1996.

Cette concurrence peut se mesurer par le temps consacré par les Français à chacun de ces médias, la passivité et souvent la facilité proposées par la télévision ou la radio pouvant présenter pour certains un attrait. Il est incontestable que le nombre de lecteurs assidus de quotidiens ne cesse de diminuer (55 % en 1973, 43 % en 1988 et moins de 36 % en 1997) alors que dans le même temps le nombre des auditeurs et de téléspectateurs ne cesse d'augmenter atteignant respectivement 87 et 91 %. Si l'on compare le temps consacré quotidiennement à chacun de ces médias, les chiffres sont aussi éloquents : 37 minutes en moyenne pour la presse (dont 15 pour la presse quotidienne), 147 minutes pour la radio et 192 minutes pour la télévision.

Toutefois, l'étude déjà citée du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des Français montre que les plus gros lecteurs sont aussi les plus assidus devant le petit écran ! Presse écrite, radio et télévision peuvent se compléter très utilement. Il est vrai qu'en dehors des revues de presse, pas toujours complètes, la presse écrite se voit interdire par la loi de recourir à la publicité dans les autres médias, ce qui n'est pas le cas pour la radio et la télévision. Les grands quotidiens vantent fréquemment les émissions radiophoniques ou télévisées. L'édition des programmes de télévision a favorisé l'éclosion de magazines qui connaissent de très forts tirages.

On peut aussi espérer que l'allongement du temps de loisirs profitera à la presse et à une information plus approfondie.

En revanche, s'agissant des conditions économiques, on peut constater que la publicité, ressource importante pour l'ensemble des médias, est un fort élément de concurrence. Presse et publicité, tout en se nourrissant l'une de l'autre, entretiennent des rapports particuliers mêlés de suspicion et de connivences tant leurs intérêts peuvent être à la fois convergents et divergents à certains moments.

Après une période d'opacité, la loi du 29 janvier 1993 dite « loi Sapin », a permis d'établir une certaine transparence dans les relations entre publicitaires, annonceurs et supports, en éliminant notamment les intermédiaires.

Le marché publicitaire en France, comparé à d'autres pays de niveau équivalent, apparaît nettement moins développé, comme l'indique le tableau n° 13 ci-après.

Tableau 13 : Part des investissements publicitaires en France et à l'étranger

	Année 1996			
	% de la presse	% de la télévision	par habitant (en francs)	% du PIB
Etats-Unis	49,8	37,3	1 890	1,22
Japon	37,8	43,1	1 615	1,14
Allemagne	69,5	22,0	1 235	0,93
Grande-Bretagne	46,8	42,0	905	0,71
France	43,1	35,7	880	0,69

Source : SJTI

Hormis *Le Canard enchaîné* et *Libération* jusqu'en 1981 pour la presse écrite, tous les médias y ont recours et les journaux gratuits, certaines radios et télévisions commerciales en tirent la totalité de leur financement. La télévision capte surtout la publicité nationale, grandes marques de produits et services, laissant aux chaînes et radios locales la publicité de proximité. Le tableau ci-dessous indique la répartition et l'évolution des investissements publicitaires par catégorie de presse.

Tableau 14 : Investissements publicitaires dans la presse¹

	Evolution en % par rapport à l'année précédente en francs constants							Répartition en %		
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1995	1996	1997
Quotidiens nationaux	- 20,1	- 20,9	- 15,2	+ 1,3	+ 0,9	- 1,1	+ 7,2	9,7	9,6	10,0
Quotidiens régionaux	- 11,7	- 8,1	- 7,2	+ 4,1	+ 1,3	+ 0,6	- 1,6	21,1	21,1	20,3
Magazines	- 9,2	- 3,3	- 16,1	+ 4,3	+ 1,4	+ 1,3	+ 2,1	32,6	32,8	33,6
Presse spécialisée	- 10,2	- 8,0	- 17,9	- 3,2	- 1,8	+ 1,1	+ 2,1	15,5	15,5	15,5
Gratuits	- 6,2	- 7,3	- 2,4	+ 4,3	- 0,1	+ 0,2	- 0,2	21,1	21,0	21,6
Ensemble de la presse	- 10,7	- 7,9	- 12,0	+ 2,5	+ 0,5	+ 0,7	+ 2,1	100,0	100,0	100,0
Inflation	+ 3,2	+ 2,4	+ 2,1	+ 1,7	+ 2,1	+ 2,0	+ 1,2			

¹ Petites annonces et publicité locale incluses

Source : IREP

La publicité peut jouer de son influence sur les médias en exerçant une ségrégation entre les titres en fonction du lectorat qu'elle souhaite atteindre et non de leur contenu. Les titres qui recueillent le moins de publicité, parce que moins lus, peuvent de ce fait être entraînés dans une spirale de déclin et disparaître, favorisant ainsi la concentration de la presse. Enfin, elle peut peser également, sur la mise en page du journal et la présentation des encarts. La mention « publicité », non apparente ou insuffisamment évidente dans sa typographie, peut induire en erreur le lecteur et lui faire prendre pour de l'information une communication d'entreprise, véritable publicité, voire propagande. Il arrive enfin que l'ambiguité soit entretenue par une rédaction adaptée.

Selon l'Institut de recherches des études publicitaires (IREP) l'investissement publicitaire a connu un bon développement jusqu'à la fin des années quatre-vingt. Si les investissements globaux ont été multipliés par quatre durant ces dix années, passant de 17,4 milliards de francs en 1979 à 70,2 milliards de francs en 1990, il ont très fortement régressé durant les trois premières années de la décennie suivante, pour redémarrer, mais à un rythme moins soutenu, à partir de 1994.

Le tableau ci-dessous met en évidence « les années noires » du début des années quatre-vingt-dix, mais aussi les transferts qui s'effectuent entre médias.

La télévision progresse aux dépens de la presse écrite, la radio et le cinéma restent à peu près stables pour une masse globale qui atteint les 57 milliards de francs en 1998.

Dans ce redéploiement des ressources publicitaires entre médias, ne figure pas Internet qui, selon les experts français de l'agence Havas dans leur enquête annuelle France Pub pour 1998, aurait atteint le chiffre de 1,3 milliard de francs en 1998, devançant le cinéma dans une conjoncture où les investissements publicitaires prévus pour 1999 seraient en décroissance par rapport à la progression enregistrée en 1998.

Tableau 15 : Evolution des investissements grands médias 1991-1997

(en millions de francs)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Investissement global	46 260	48 705	46 260	48 600	50 600	52 115	54 000
Presse	53,7	51,1	48,5	48,1	47,4	47,3	47,1
Télévision	27,2	29,4	31,2	31,9	33,0	33,5	34,0
Affichage	12,0	12,0	12,0	11,8	11,6	11,6	11,7
Radio	6,5	6,9	7,7	7,6	7,4	7,0	6,6
Cinéma	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : IREP

Aujourd'hui, les Français ont acquis le droit à l'expression et à la communication. Mais ils souhaitent une information indépendante. Alors qu'ils doutent fortement de la capacité des médias et encore plus des journalistes à résister aux pressions qui s'exercent sur eux, ils revendentiquent une plus grande protection de la vie privée. Qu'en est-il exactement ?

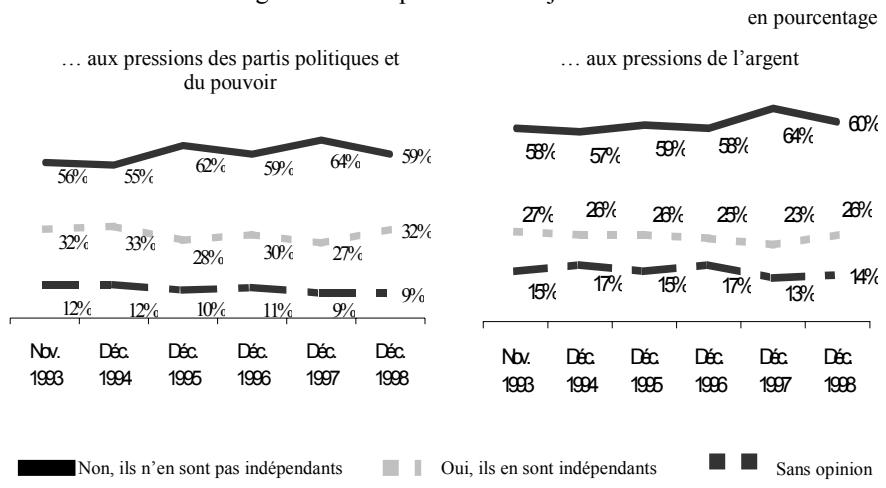
TITRE II

L'INFLUENCE DES MÉDIAS ET LES MENACES SUR LEUR INDÉPENDANCE

Sans céder au fantasme de l'omnipotence des médias, l'influence qu'ils exercent sur la société est d'une telle évidence qu'il peut paraître superfétatoire d'y consacrer une réflexion complémentaire. Le long développement historique qui précède en a souligné l'importance dans la construction de la démocratie.

Mais la préoccupation principale du citoyen est d'avoir la certitude que cette influence soit exercée en toute indépendance à l'égard des pouvoirs extérieurs. C'est cette crainte d'une soumission à différentes forces qui peut expliquer une certaine défiance manifestée à l'égard des journalistes. Le dernier sondage réalisé par la Sofres pour le compte de *Télérama* et *La Croix*¹ paraît significatif à cet égard.

Graphique 3 : Evolution du sentiment des Français
à l'égard de l'indépendance des journalistes



Source : D'après *Télérama* n° 2558 – 20 janvier 1999.

On peut constater que 59 % des personnes interrogées ne croient pas à l'indépendance des médias à l'égard des partis politiques et du pouvoir et 60 % aux pressions de l'argent (il faut d'ailleurs souligner une légère diminution de cette méfiance puisque le même sondage réalisé en 1997 donnait 64 % de réponses négatives aux deux questions).

De même le sondage CSA, à la demande du centre de formation des journalistes, publié le 6 octobre 1997² montre-t-il que le public n'est pas satisfait de la façon dont les journalistes couvrent les affaires. Ce sondage concerne plus particulièrement les relations médias/justice. 72 % des personnes interrogées considèrent que les journalistes cherchent avant tout à faire une bonne audience ou à améliorer leurs ventes et que 71 % d'entre eux ne respectent pas la présomption d'innocence. 84 % des sondés estiment que les journalistes ne prennent pas toujours le temps nécessaire pour vérifier leurs sources. Ils sont

¹ Sondage réalisé du 18 au 22 décembre 1998 auprès d'un échantillon national de 1000 personnes représentatif de la population, âgée de 18 ans et plus selon la méthode des quotas - *Télérama* n° 2558 du 20 janvier 1999 - *La Croix* du 19 janvier 1999.

² Publié dans *Libération* du 7 octobre 1997, ce sondage était destiné à recueillir l'avis du public sur la façon dont « les affaires » avaient été retransmises par les médias.

75 % à penser que les journalistes ne doivent pas se substituer à la police et à la justice mais 77 % trouvent très normal la violation du secret d'instruction.

1. L'influence des médias dans notre société

1.1. Médias et politique

La communication de masse a profondément modifié les relations entre les hommes politiques et la société civile. Ces changements s'exacerbent particulièrement au moment des échéances électorales.

Certains ont dénoncé « l'Etat spectacle » où la qualité de la prestation sur le petit écran peut primer celle des idées. Tel homme ou telle femme politique qui ne possède pas cet art tout à fait spécifique de bien dominer la présentation télévisuelle souffrira d'un grand handicap pour promouvoir ses idées ou son programme quelles qu'en soient la qualité, la richesse ou l'originalité.

Le phénomène n'est évidemment pas tout à fait nouveau. Naguère, le tribun doté d'une voix puissante disposait d'un avantage important. Ce n'est pas en soi le changement de style qui comporte un danger mais le nombre considérable de citoyens, d'électeurs potentiels, qu'on peut atteindre directement et la recherche de l'audience ou du lectarat le plus important. Cette recherche peut aussi conduire à choisir un invité sur ses seules qualités télégéniques, radiophoniques ou ses talents de plume, le journaliste étant ainsi assuré de réaliser une « bonne » émission, c'est-à-dire animée ou séduisante pour le public, même si les idées débattues sont d'un moindre intérêt.

Les qualités médiatiques, désormais prépondérantes, passent non seulement par la technique discursive, mais aussi par la communication non verbale, c'est-à-dire l'image que l'on présente de soi-même. Comme l'écrit Roland Cayrol dans Médias et Démocratie « *le nouvel électeur veut être séduit* ». L'auteur rappelle l'interview télévisée de Richard Nixon, en 1952, candidat à la vice-présidence des Etats-Unis. « *Une campagne de presse s'était déclenchée contre lui à propos de l'utilisation qu'il aurait faite d'argent versé pour sa campagne par un groupe de supporters californiens. Nixon sentit, devant les doutes visiblement ressentis dans l'électorat et jusque chez Eisenhower, la nécessité de réagir. Il loua une demi-heure d'antenne sur le grand réseau de télévision et s'expliqua devant le public ; à vrai dire, les réponses de Nixon sur le fond même de l'affaire en cours ne furent pas d'une extrême précision, mais le candidat à la vice-présidence s'employa surtout à expliquer qu'il était bon père, bon époux, bon citoyen, bon américain, pendant que la caméra s'attardait sur son brave chien Checkers - d'où le nom « Discours de Checkers » retenu pour cet épisode - , et montrait, par moments, son épouse l'écoutant attentivement ; son émission se termina par un appel aux téléspectateurs à écrire au Comité national du parti républicain pour lui dire s'il devait ou non rester candidat. L'effet fut immédiat et massif : ce fut une avalanche de lettres, de télégrammes et de coups de téléphone en sa faveur... ».*

En France, l'élection du Président de la République au suffrage universel a certainement accentué ce phénomène de personnalisation de la vie politique, allant trop souvent de pair avec la minoration de la pensée par rapport à l'image, à tel point que certains auteurs sont allés jusqu'à parler de manière provocatrice

de « légitimité cathodique ». Ainsi que l'écrit Ignacio Ramonet « *le pouvoir est moins dans l'action que dans la communication* »¹. La boutade est sans doute exagérée.

L'art de la « communication » est néanmoins devenu un impératif catégorique pour les hommes politiques. Il est symptomatique de constater que deux présidents de la République qui se sont succédés, d'appartenance politique opposée, ont choisi le même chargé de communication. La technique médiatique est un art spécifique détaché d'un engagement politique.

Par ailleurs, en dehors des campagnes électorales qui font l'objet d'une réglementation stricte concernant le temps de parole accordé à chaque parti, contrôlé par le CSA, les journalistes disposent de moyens stratégiques en fonction de leurs propres opinions ou des orientations qui leur seraient données par leurs bailleurs de fonds, pour ouvrir leurs colonnes, leur micro ou leur antenne aux hommes politiques ou traiter des sujets de leur choix.

Cette sélection des interlocuteurs par les journalistes, notamment dans les émissions grand public des chaînes généralistes telles qu'autrefois et maintenant « *19 h Dimanche* » « *7 sur 7* » ou « *Public* » est en soi une forme de consécration de notoriété pour l'homme politique qui y est convié. Les médias audiovisuels peuvent ainsi utiliser « leur pouvoir » en promouvant par des invitations répétées sur le plateau ou à l'antenne tel homme politique (tel industriel ou tel artiste) ou en « oubliant » voire en refusant d'assurer cette même publicité à d'autres dont les mérites ne seraient pas moins importants au regard du citoyen, qui peut à juste titre s'étonner d'une certaine partialité.

La télévision a souvent remplacé les réunions politiques avec cette particularité que seul en possède la maîtrise le journaliste qui dirige l'émission. Par la situation de communication retenue (interview, face à face, débat...), le mode d'intervention des journalistes (temps de parole accordé, interruption, ton utilisé), les questions posées, bref, par le traitement qui sera réservé à l'invité, les journalistes disposent d'un certain nombre d'outils dont ils peuvent user avec libéralité au profit ou aux dépens de leur interlocuteur. L'orientation de l'interview peut donc permettre à l'invité d'être plus ou moins mis en valeur. Il serait facile de citer quelques exemples de début d'enthousiasme politique ou artistique dont la cause réside essentiellement, non pas dans la qualité de la pensée de l'intéressé, mais dans la valorisation de ses vertus médiatiques.

Radicaux dans leurs critiques, certains ont dénoncé dans des ouvrages virulents² la constitution d'une caste de journalistes, composée essentiellement de grands éditorialistes omniprésents à l'antenne et exerçant leurs talents dans plusieurs médias. Ces professionnels, qui entretiennent des relations étroites avec les hommes politiques, au point d'éprouver le sentiment d'appartenir à la même élite que ces derniers pratiqueraient un journalisme de révérence. Selon les tenants de cette thèse, cette proximité, gratifiante pour les uns, avantageuse pour les autres – les « amitiés médiatiques » entretenues par les hommes de pouvoir de la presse – participeraient pleinement d'une société de connivence.

¹ Ignacio Ramonet « La tyrannie de la communication » Galilée 1999.

² Voir notamment Serge Halimi, « *Les nouveaux chiens de garde* », Libér-Raisons d'agir 1997, dont l'analyse est ici brièvement synthétisée.

Plus encore, ces journalistes, témoignant de préférences instinctives pour les opinions du centre, présenteraient une image du monde conforme aux intérêts d'une classe sociale en organisant le débat public dans le cadre d'un « périmètre idéologique minuscule »¹. Ce discours, au service de l'ordre économique et politique établi et finalement rallié aux thèses de l'idéologie dominante, serait à l'origine de ce que ces auteurs dénoncent comme une « pensée unique » médiatique.

Selon Serge Halimi le journalisme, miné par la toute puissance de ce petit cercle composé de journalistes parisiens, serait ainsi en partie responsable de l'appauvrissement du débat politique. L'analyse est jugée excessive par certains de ses confrères qui ont dénoncé les accusations générales, sans nuance, et les approximations de son ouvrage et lui ont reproché sa partialité et l'occultation d'éléments pouvant contredire sa thèse. Il reste que l'idée suivant laquelle les pensées et commentaires convergents, lorsqu'ils sont fortement médiatisés, peuvent induire un certain conditionnement n'a pas été radicalement démentie.

Il a été aussi reproché à ce petit groupe de journalistes de n'accepter que médiocrement l'autocritique. Le film « *Pas vu, pas pris* » de Pierre Carles² avec les réserves d'usages pour ce type de tournage hors des règles admises, est assez symptomatique à ce sujet. L'entretien entre M. Léotard et M. Etienne Mougeotte, qui est le prétexte de départ, ne comporte guère de révélation préoccupante. C'est la réaction des journalistes interviewés à leur insu qui peut provoquer une certaine perplexité. Karl Zéro répond d'ailleurs lui-même, dans le film : « *l'autodérision, c'est pas du tout leur fort* ».

De son côté, Patrick Champagne, sociologue, confirme cette analyse en soulignant, à propos du groupe social solidaire constitué par des journalistes, « *son intolérance, voire son incapacité croissante à supporter la critique, le débat, la discussion, la mise à plat des problèmes inévitablement engendrés par la production de l'information* ».

Agissant sur un autre registre, on peut considérer que des émissions humoristiques à forte audience peuvent avoir une certaine influence, notamment en période électorale, sans qu'on puisse toutefois en mesurer scientifiquement les effets. Certes, la tradition des chansonniers et de la satire politique est ancienne et le devoir d'impertinence volontiers rappelé par les rédactions. Mais, ici encore, c'est le nombre de ceux qui sont atteints qui fait la différence en y associant la formidable force de pénétration de l'image et cette particularité assez étonnante qui consiste à ressentir une espèce de sentiment collectif lorsqu'on assiste à un spectacle télévisuel en sachant qu'on le partage avec des millions d'autres personnes.

A ce titre, le phénomène des « *guignols de l'info* » mérite certainement d'être évoqué. Nombreux sont ceux qui pensent que leur influence a pu être importante dans les dernières élections présidentielles, même si la preuve n'en a jamais été administrée.

¹ Serge Halimi, op. cit.

² Ce documentaire sur la censure, commandé par *Canal +*, s'est vu refusé de diffusion par cette chaîne. Complété par diverses interviews sur « la censure de la censure », il constitue un film qui, avec l'aide d'une association de souscripteurs, a pu sortir dans quelques rares salles. Il montre la connivence entre certains journalistes et hommes politiques.

Enfin, il faut rappeler que l'introduction de la concurrence entre différents médias mais aussi à l'intérieur d'un même média, par exemple entre titres ou entre chaînes, a conduit à la recherche systématique du scoop, ce que certains appellent la dictature de l'Audimat. Les journalistes se trouvent soumis aux mêmes contraintes, celle des sondages d'opinions et celle des annonceurs. C'est en cherchant à séduire le plus large public possible, gage de la réussite économique, que l'on parvient à un nivelingement de l'information. On en vient à ne traiter que les sujets peu conflictuels. La voie est ouverte à l'homogénéité de l'information dénoncée par Pierre Bourdieu¹.

Pour Dominique Wolton, la conformité de l'information, provient d'une raréfaction des sources en raison d'un recours quasi unique à l'AFP, mais aussi et surtout d'une attitude commune des rédactions qui s'épient, s'imitent, échangent leurs journalistes et se sécurisent en constatant qu'elles ont sélectionné les mêmes sujets. Le choix opéré par la majorité en faveur d'une certaine actualité, conforte ainsi la légitimité de chacun et donne aux événements l'intérêt et la cohésion nécessaires pour le citoyen, renforçant ainsi leur crédibilité.²

1.2. Médias et économie

De la même manière, l'influence des médias peut être considérable sur l'économie et le rappel historique qui a précédé en a donné quelques exemples. L'amplification du phénomène par l'image et le son en a énormément accru la portée. Cette influence peut être positive mais également néfaste dans certains cas.

Nombre de médias ne pourrait fonctionner sans l'apport publicitaire qui représente en 1998 un budget de 57 milliards de francs. De même, de nombreuses entreprises ne se développeraient pas si elles ne pouvaient faire connaître leurs produits par ces mêmes médias. C'est dire la profonde imbrication de ces deux milieux. Entre eux, se situe le lecteur, consommateur de la presse mais aussi des produits vantés par la publicité. Il faut toutefois noter qu'il sait souvent faire preuve d'autonomie par rapport aux messages qu'il reçoit. Une bonne campagne publicitaire qui génère des ressources importantes pour le journal, la radio ou la chaîne ne garantit pas nécessairement le succès d'un produit.

Le poids financier, parfois prépondérant, de la publicité dans les ressources d'une entreprise de presse peut évidemment avoir des conséquences sur le choix des informations diffusées, conduisant celles-ci à relayer discrètement les campagnes financées par l'annonceur. Une confusion peut aussi s'insinuer dans l'esprit du public qui n'est pas toujours en capacité de discerner entre l'information et la publicité, surtout lorsque cette dernière est diffusée sous forme de publi-reportage.

Le choix des annonceurs privilégiant tel support ou tel titre en fonction des retombées attendues, peut introduire des déséquilibres financiers importants pour ceux qui se trouveraient écartés de la manne publicitaire. Il peut aller jusqu'à

¹ Pierre Bourdieu, « *Sur la télévision* », Liber Décembre 1996.

² Dominique Wolton, « *Penser la communication* », Flammarion 1997.

provoquer leur disparition ! Cette menace sérieuse pour certains quotidiens nationaux ou régionaux, a conduit les pouvoirs publics à créer un fonds d'aide spécifique.

La liberté de diffusion des médias est limitée par le droit de la concurrence, la réglementation sur la publicité mensongère et l'interdiction de la publicité comparative dans un souci de protection du consommateur. Le succès ou l'insuccès commercial de certains produits ou services peut aussi résulter de la façon dont ils sont présentés par les journalistes, hors publicité évidemment, leur classement en « hit parade » ou le décernement de prix fortement médiatisés qui assurent aussi leur promotion ou provoquent leur mise à l'écart.

Des campagnes de publicité, très bien réalisées sur le plan médiatique et de marketing commercial mais ayant pu avoir des retombées contraires à celles attendues, pour le particulier mais aussi pour l'entreprise concernée, ont pu être constatées, notamment s'agissant de publicité boursière. On peut citer la très importante campagne publicitaire précédant la privatisation de Paribas, avec la participation de Catherine Deneuve, relayée par l'ensemble des médias dans leur cadre rédactionnel. Son succès avait entraîné la surcotation des titres à laquelle avait succédé un affaissement important des cours dans les mois qui ont suivi.

L'exemple d'Eurotunnel est aussi significatif. De la même façon, une campagne publicitaire bien orchestrée par l'ensemble des médias a précédé les opérations. Les titres vendus 36 F ne valent plus que 7 F quelques années plus tard. Cette déconvenue s'est traduite par une action en justice. La Cour d'appel de Paris a statué, par un arrêt du 21 septembre 1998, et débouté un actionnaire qui se plaignait de cette situation en lui rappelant que, au-delà de la publicité qui avait été faite et qui avait été largement relayée par les médias, il lui appartenait de procéder avec prudence et circonspection.

1.3. Médias et justice

Le législateur s'est préoccupé de cette question puisqu'il a, d'une part, sanctionné pénalement (article 434-8 du nouveau Code pénal) « *toute menace et tout acte d'intimidation commis envers un magistrat... en vue d'influencer son comportement* » et, d'autre part et surtout (article 434-25 du même Code) « *le fait de jeter un discrédit, publiquement par actes, paroles, écrits ou images de toute nature sur un acte ou une décision juridictionnelle dans des conditions de nature à porter atteinte à l'autorité de la justice et à son indépendance* ». Mais cette dernière disposition, qui pourrait être très restrictive de la liberté d'informer, a été interprétée d'une façon libérale.

Le pouvoir des médias est important. Il est double. D'abord, on peut difficilement écarter l'influence qu'une campagne médiatique peut avoir sur les jurés, voire même sur les magistrats professionnels.

Qui n'a gardé le souvenir de l'acquittement de Marie Besnard qui, indépendamment de l'indiscutable qualité de ses défenseurs, a probablement été aussi le résultat de l'engagement sans réserve de Frédéric Potcher. Certes, il bénéficiait d'une exclusivité de l'image ; mais la multiplication des chaînes ne met pas à l'abri de cette influence. Faudrait-il envisager, comme aux Etats-Unis, que les jurés soient coupés de toute influence de toute information médiatique pour le bon déroulement du procès ?

De la même manière, on ne peut pas non plus éviter qu'un certain vedettariat médiatique puisse altérer la conduite d'une instruction pénale.

Ceci conduit au second élément du pouvoir des médias, direct et terrible celui-ci, c'est-à-dire la publicité donnée à une affaire. Les médias disposent, sans aucun contrôle, de la peine du pilori. Alors que ce n'est qu'après un débat contradictoire et dans des conditions fixées par la loi que le magistrat peut décider de la publication d'un jugement, les médias détiennent ce pouvoir sans contrôle ni réserve.

Il est probablement difficile qu'il en soit autrement puisque ce serait alors prendre le risque dangereux de porter atteinte à la liberté de l'information et notamment à la presse d'investigation.

Il n'en demeure pas moins que, dans la très grande majorité des cas, et plus particulièrement lorsque l'intéressé est un notable ou un homme politique, la publicité faite à une affaire sanctionne plus lourdement que la peine qui sera prononcée par le tribunal. Une affaire très largement publiée et qui conduit à une relaxe cause sans doute, dans la majorité des cas, un préjudice plus grave, qu'une condamnation prononcée sans qu'aucun écho médiatique ne l'accompagne.

1.4. Médias et liberté individuelle

Nous cernons-là, au plus près, le thème de notre réflexion. Les éléments que nous venons d'examiner, concernant le pouvoir des médias, n'ont évidemment d'intérêt que dans la mesure où, indirectement, ils portent atteinte à la liberté d'élaboration de l'opinion du citoyen. Avoir de l'influence sur la politique, l'économie ou la justice est bien évidemment en soi un danger pour la liberté individuelle. Ainsi seront puissamment orientés les opinions politiques, les choix économiques ou la défiance toujours prompte à se manifester, à l'égard de la Justice.

Plus que les autres médias, c'est la télévision qui exerce une influence directe sur les individus. D'une part, parce qu'elle réunit chaque soir devant le petit écran pour le « vingt heures » des téléspectateurs en plus grand nombre que l'ensemble des lecteurs de la presse quotidienne et d'autre part, par le pouvoir qu'elle exerce par ses images. Elle fait appel à l'émotion, au sensationnel, au tragique et à l'inédit - il faut absolument annoncer avant les autres - et, pour y parvenir, elle recourt le plus souvent possible au direct qui renforce l'effet recherché. La façon dont la guerre du Golfe a été couverte en est une bonne illustration. Cette instantanéité se veut preuve d'authenticité et de vérité alors qu'elle peut être source de dérapages, faute d'avoir pris le temps de vérification nécessaire. Il est intéressant de signaler ici le pouvoir donné à l'image dans certaines émissions. Les brèves minutes du « no comment » sur Euronews sont particulièrement illustratives à ce sujet. Des images défilent sous nos yeux sans commentaire. Au téléspectateur de deviner ou d'imaginer les événements, la nationalité des protagonistes... Ce minimalisme, source de toutes les ambiguïtés, soulève une interrogation majeure et nouvelle sur le rôle des journalistes.

Cette influence, interactive d'ailleurs, peut être d'une très grande nocivité. L'émission « *Kriminal* » sur *NTV*¹, chaîne de très forte audience en Russie en apporte une preuve consternante. Le 10 mars 1999, l'émission diffusée à 18heures 45 montrait un chien se délectant de sa pâtée. On expliquait qu'il s'agissait du maître de maison assassiné par sa fille avec la complicité de son épouse, qu'on avait ensuite soigneusement découpé en morceaux, cuisiné selon les canons de la gastronomie locale, et qui avaient été consommés par le chien avec une gourmandise évidente. Depuis plusieurs mois *Kriminal* s'est installé dans le domaine de l'abomination télévisuelle. Le sujet, s'il était sordide avait au moins l'avantage de n'être que suggéré. Habituellement, l'émission est plus directe et plus réaliste. Tantôt il s'agit d'un corps humain proprement coupé en deux par une rafale de pistolet mitrailleur. Une autre fois, c'est le tronc d'une jeune femme qu'on retire de la Moscova après un séjour d'une semaine dans l'eau. Les images les plus spectaculaires sont fournies par la police comme, quelques jours plus tôt, le suicide d'un jeune homme qui venait de se tuer avec un pistolet lance-fusées... !

Aux Etats-Unis, selon une enquête publiée dans le *New York Times Magazine*², les informations d'ordre criminel (cadavres retrouvés, arrestations de suspects, poursuites...) servent d'ouverture à 72 % des journaux télévisés locaux et occupent environ un tiers de leur durée. Les Américains résument ce parti pris par la formule « *If it bleeds, it leads* » (littéralement : si ça saigne, ça fait l'entame - c'est-à-dire la première page ou les gros titres), qui pourrait se traduire par « Le sang à la une ».

Ni les excès de cette télévision russe ni les dérives de ces chaînes américaines n'ont encore contaminé les télévisions françaises ou européennes. Sommes-nous pour autant définitivement à l'abri d'une telle complaisance à l'égard du macabre et du morbide ?

Joël de Rosnay dans « *L'Homme symbiotique* »³ explique que le spectacle de la mort constitue une espèce d'exutoire et que la mort des autres est pour l'homme, aussi paradoxal que cela puisse paraître, une façon de se sécuriser. Il écrit : « *l'émotion maximum, c'est la mort. Voir celle des autres évacue la peur de la sienne. Le journal du soir, s'il dispose d'images, s'ouvrira toujours sur la mort en direct. Nous sommes devenus « téléthanophiles » friands de la mort à distance, de la mort des autres* ». En outre, il mémorise beaucoup plus les messages qui mettent en cause son émotivité que ceux qui s'adressent à son intelligence.

La répétition de la diffusion des actes de violence a certainement une grande portée psychologique chez tous les citoyens et notamment les plus jeunes. La « consommation » quotidienne de télévision et de radio dont il a été rappelé ci-dessus qu'elle est, pour chacun de ces deux médias de l'ordre de trois heures, fait prendre conscience du véritable envahissement du psychisme du citoyen qu'elle comporte.

¹ Les faits étaient relatés dans l'émission de France Inter « *le monde du nord au sud et d'est en ouest* » diffusée le jeudi 11 mars 1999 à 7 heures 55.

² Enquête de Michael Winetrip « *Does the local TV news have to be so bad ?* », New York magazine, 11 janvier 1998.

³ Joël de Rosnay - « *L'homme symbiotique* » - Editions du Seuil 1995 - p. 288.

Le choix des sujets a en outre une énorme influence sur l'appréhension par le citoyen d'un problème. A tel moment, c'est la sécurité dans les établissements scolaires qui aura la vedette. A tel autre, l'incendie de voitures par des mineurs. Même si les problèmes évoqués sont bien réels, il n'en demeure pas moins que le citoyen est ainsi conduit dans ses réactions. Le fait de ne plus les évoquer parce que leur actualité n'est plus aussi cuisante ne les supprime pas pour autant. Une bonne information ne devrait pas se limiter à la présentation des événements factuels mais s'étendre à leur suivi dans le temps, montrant leur évolution, de façon à alerter le citoyen sur les remèdes apportés ou sur l'urgence à agir.

Le simple citoyen comme l'homme politique, celui appartenant au monde de l'économie, des sciences, des lettres et des arts accepte en même temps que son invitation à s'exprimer devant un média, surtout s'il s'agit d'une émission télévisée, d'aliéner une partie de sa liberté d'expression au profit de contraintes journalistiques (questions, ton de l'intervention), techniques (durée, cadrage...) et économiques. Ces dernières s'abritent derrière les deux premières alors que dans la réalité, elles sont prépondérantes, le but recherché étant la satisfaction de l'audimat.

C'est ainsi que les débats, présentés comme démocratiques par une composition équilibrée des invités sur le plateau ou dans le studio, réunissent souvent les mêmes protagonistes. Ces « experts » sont choisis pour leurs qualités et leurs connaissances sur le sujet en cause mais aussi, très souvent, pour leurs talents de débatteurs ou médiatiques alors que de vrais spécialistes, qui auraient pourtant des thèses intéressantes et nouvelles à proposer, ne sont pas entendus parce que non reconnus par le monde médiatique.

On aurait pu ajouter, à cette influence, celle que les médias peuvent faire porter sur la culture. Par la critique, bien sûr, mais aussi par l'annonce plus ou moins tapageuse qui peut être faite d'un livre, d'une exposition, d'un concert, d'un film. Il aurait été difficile ces dernières semaines, d'ignorer la sortie de « *Astérix et Obélix contre César* » ce qui peut expliquer, au moins en partie, les presque 5 millions d'entrées enregistrées au cours de sa première quinzaine d'exploitation.

Mais il faut aller plus loin. Le choix des événements qui seront soulignés, la présentation qui en est faite, sont certainement de nature à avoir une influence directe sur le psychisme des citoyens ; cette influence est d'autant plus lourde que celui qui reçoit les messages n'a pas appris à s'en protéger ou qu'il est porté à privilégier tel spectacle ou telle lecture qui parlera plus à son affectivité qu'à sa raison. Toutefois, une bonne campagne publicitaire, même bien relayée par des médias très sûrs du poids de leur analyse sur la formation d'une pensée ou d'une culture souvent très parisienne, ne pourra pas garantir - et il faut s'en réjouir - le succès d'une pièce de théâtre, d'une exposition ou d'un film. Le bouche à oreille remplit souvent son office et parvient à rectifier certaines appréciations.

Certes, l'accroissement considérable du nombre de médias pourra atténuer l'impact de ce phénomène, encore que la centralisation des forces économiques en présence puisse conduire, dans la globalité, à des choix souvent identiques et qui se répercutent de média en média, du support écrit au support audiovisuel ou inversement.

Submergé par les informations multiples, le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur ne pourra que très difficilement en faire le tri et l'analyse. C'est le journaliste qui devra assumer cette responsabilité, avec toutes les impérieuses obligations qu'elle comporte.

2. Les médias sont-ils vraiment indépendants ?

Ainsi qu'il a déjà été rappelé, le Français (il ne semble pas qu'il diffère profondément à cet égard de ses voisins européens ou occidentaux) manifeste un grand attachement à l'égard de l'indépendance des médias.

Il peut accepter, sans toujours l'analyser avec précision ce pouvoir dont le journaliste dispose à son égard mais sent intuitivement qu'il est nécessaire qu'il soit exercé dans une totale indépendance. Si toute l'évolution historique porte la trace des combats énergiques menés pour obtenir cette indépendance, il n'est pas certain que la victoire soit encore totale.

2.1. *L'influence de l'Etat*

Longtemps, et cela a été analysé ci-dessus, les médias ont été entre les mains des pouvoirs publics. La presse écrite a connu de grandes difficultés pour échapper à cette tutelle. L'audiovisuel a dû également multiplier ses efforts pour qu'il en soit ainsi.

L'Etat dispose de deux moyens essentiels pour peser sur les médias : la réglementation, qui peut être souple ou contraignante - et l'histoire a montré combien cette voie avait été explorée - et le financement.

S'agissant du financement, les instruments sont multiples : la fiscalité, la subvention et la redevance. L'autorisation de recourir ou non à la publicité et les modalités de son application pèsent également.

La fiscalité et les subventions visent essentiellement à permettre la continuité d'un certain pluralisme dans la presse écrite comme indiqué au tableau n° 1. En cela, notre pays s'inscrit parmi les pays qui aident le plus leurs journaux. Il faut toutefois rappeler le reproche souvent formulé à l'encontre de ce régime d'aides qui, par son mécanisme, bénéficie davantage aux grandes entreprises. Une meilleure modulation devrait pouvoir stimuler les plus petites ou inciter à la création de nouvelles, favorisant ainsi le développement du pluralisme.

En revanche, concernant la redevance audiovisuelle affectée au secteur public, son montant est parmi les plus bas de l'Union européenne, comme le montre le tableau n° 16 ci-après.

Tableau 16 : Montant de la redevance en Europe en 1996

(en écus)			
Pays	Montant	Pays	Montant
Autriche	204	Italie *	76
Belgique	188	Pays-Bas*	91
Suisse	158	Norvège	176
Allemagne*	140	Suède	154
France	107	Danemark*	182
Royaume-Uni	102	Finlande	151
Irlande	76		

*licence combinée télévision et radio

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel, annuaire statistique 1997

Il faut en outre rappeler que son rendement : 12,25 milliards de francs en 1998 (soit 744 F pour un poste couleur, en 1999) souffre d'un « manque à gagner » chronique pour les organismes bénéficiaires (*INA - France 2 - France 3 - La Sept Arte - La Cinquième - RFO - Radio France et RFI*) en raison d'un taux d'évasion relativement important d'environ 7 % et d'un régime d'exonérations en faveur de certaines catégories de populations, non compensé par l'Etat, dont le solde s'élevait à 2,42 milliards de francs en 1998.

Le projet de réforme de l'audiovisuel, dont la ministre de la Communication et de la culture devrait présenter prochainement une nouvelle version, devrait contenir des dispositions importantes concernant le financement du secteur public.

Du point de vue des structures, cette autonomie paraît assurée dans la presse écrite tout en mentionnant toutefois quelques réserves exprimées à l'égard de l'Agence France-presse (AFP) organisme certes autonome mais dont l'équilibre financier est pratiquement entre les mains des pouvoirs publics. L'AFP recevra 600,24 MF en 1999 soit une progression de 2 % par rapport à l'année précédente. Ces crédits, qui représentent 41 % de son chiffre d'affaires, parviennent difficilement à combler un déficit constaté depuis plusieurs années qui a motivé un rapport de l'Inspection générale des finances en 1998. Ce dernier constate « *il est certain qu'une partie des dispositions du statut de l'agence a perdu de sa pertinence* » et relève que la convention de prestations de services entre l'AFP et l'Etat au titre des abonnements souscrits par les administrations, peut être assimilée à une « *subvention déguisée* » par nos concurrents qui pourraient en référer à la Commission européenne.

Cette difficulté, s'ajoutant à la nécessité d'un retour à l'équilibre budgétaire, incite à la poursuite d'une réflexion en profondeur sur les orientations à privilégier et le statut de l'Agence.

Dans le domaine de l'audiovisuel, ce sont les lois du 29 juillet 1982 et du 30 septembre 1986 qui ont proclamé le principe de la « liberté de communication audiovisuelle » et organisé le secteur public.

Aux termes de l'article 44 de la loi du 30 septembre 1986, cinq sociétés nationales de diffusion étaient constituées : *Radio France, France 2, France 3, RFO, RFI*, outre une société « à vocation nationale favorisant l'accès au savoir

et à l'information ». Aujourd’hui, le cinquième canal télévisuel est partagé entre *La Cinquième*, dans la première partie de la journée, et *La Sept-Arte* - chaîne franco-allemande -, à partir de 19 heures.

Il s’agit de sociétés anonymes dont l’Etat détient la totalité du capital. Leur conseil d’administration est composé de douze membres, à savoir deux parlementaires désignés respectivement par l’Assemblée nationale et par le Sénat - quatre représentants de l’Etat -, quatre personnalités qualifiées nommées par le CSA et deux représentants du personnel.

Il est également précisé que la majorité du capital de TDF est détenue par des personnes publiques. Il en est de même pour la Société française de production et de création audiovisuelle. Différentes obligations sont prévues dans le cadre des cahiers des charges approuvés par décret. Il est notamment imposé aux sociétés nationales de « *veiller au respect de la personne humaine et de sa dignité, de l'égalité entre les femmes et les hommes ainsi qu'à la protection des enfants et adolescents* ». Elles doivent avertir les auditeurs et téléspectateurs lorsqu’elles programment des émissions « *de nature à heurter leur sensibilité* ». Elles doivent contribuer « *à la promotion et à l'illustration de la langue française* » et veiller « *à la qualité du langage employé* ».

Au titre des « *obligations particulières* », figurent des règles en matière de « *communications du gouvernement* », de « *campagnes électorales, expression du Parlement, expression des organisations syndicales et professionnelles, émissions à caractère religieux, programmation et diffusion d'émissions d'informations spécialisées, émissions éducatives et sociales* ».

L’instrumentalisation des médias par les Etats ne connaît pas de frontière. Elle est renforcée par l’instantanéité de la transmission des informations sur l’ensemble du « *village planétaire* ». Des informations, mal vérifiées, peuvent conduire un Etat, notamment dans le domaine humanitaire, à faire pression sur un autre Etat ou la Communauté internationale.

On peut citer à ce sujet, l’annonce par le gouvernement hondurien d’un nombre considérable et surévalué de victimes consécutives au passage du cyclone Mitch. Immédiatement relayée par les médias, cette nouvelle a permis le déclenchement d’une aide financière et matérielle internationale importante. L’ampleur des secours n’aurait pas été la même s’il avait été procédé immédiatement à une vérification de cette information. En la circonstance, le résultat répondait à une préoccupation humanitaire, stimulée par cette annonce, mais le mécanisme recèle un danger indiscutable.

2.2. *L'influence des pouvoirs financiers*

C’est là probablement l’une des questions les plus délicates.

La presse écrite a été longtemps marquée par une certaine pluralité. Si cette pluralité demeure, dans l’ensemble des médias, il semble cependant difficile de nier une concentration capitaliste entre les mains de quelques entités importantes qui peuvent ainsi détenir le pouvoir décisionnaire.

Depuis une dizaine d’années le Parlement européen n’a cessé de demander la transparence en matière d’actionnariat de médias sur une base communautaire afin de pouvoir estimer les conséquences de la concentration des médias sur le

pluralisme. En 1989, il a lancé un appel pour une collecte systématique des données. En juillet 1992, la commission de la Culture, de la jeunesse et des médias a présenté un rapport sur la concentration et le pluralisme. La résolution demande à la Commission des communautés européennes de mettre sur pied un Conseil européen des médias indépendants qui travaillerait avec le soutien des instances nationales. En 1994, une autre résolution est votée sur « la concentration des médias et le pluralisme ». Bien que depuis lors, cette question ait été évoquée chaque année par le Parlement, il est à noter qu'aucun projet de directive n'a encore été élaboré par la Commission.

Au niveau national, le législateur a adopté des mesures permettant, plus particulièrement dans le domaine de la presse, d'éviter les concentrations des capitaux. Il a, au niveau des principes, apporté une vraie attention à la nécessité du pluralisme des entreprises de presse écrites et audiovisuelles. Dans sa décision des 10 et 11 octobre 1984, le Conseil constitutionnel a affirmé qu'il s'agissait « *d'un objectif de valeur constitutionnelle* ». « *Qu'en effet la libre communication des pensées et des opinions, garantie par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, ne serait pas effective si le public auquel s'adressaient ces quotidiens n'était pas à même de disposer d'un nombre suffisant de publications de tendances et de caractères différents... que l'objectif est réalisé et que les lecteurs qui sont au nombre des destinataires essentiels de la liberté proclamée par l'article 11 de la Déclaration de 1789, soient à même d'exercer leur libre choix sans que, ni les intérêts privés ni les pouvoirs publics puissent y substituer leurs propres décisions, ni qu'on puisse en faire l'objet du marché* ».

Ainsi, l'article 11 de la loi du 1er août 1986 interdit à une personne ou à un groupe de personnes « *de posséder, de contrôler, directement ou indirectement, ou d'édition en location gérance des publications quotidiennes imprimées d'informations politiques et générales dont le total de la diffusion excède 30 % de la diffusion sur le territoire national de toutes les publications quotidiennes imprimées de la même nature* ».

La loi du 27 novembre 1986 a introduit des dispositions analogues à celles de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de la communication.

Il y est précisé qu'aucune autorisation concernant un service de radiodiffusion hertzienne terrestre, de distribution par câble, de diffusion sonore ou de télévision, ne peut être délivrée à une personne qui se trouverait, de ce fait, dans plus de deux des situations suivantes :

- être titulaire d'une ou plusieurs autorisations du service de diffusion de télévision par voie hertzienne terrestre permettant la desserte de zones dont la population a atteint 4 millions d'habitants ;
- être titulaire d'une ou plusieurs autorisations concernant la radio et assurant la desserte de zones où la population recensée atteint 30 millions d'habitants ;
- être titulaire d'une ou plusieurs autorisations relatives à l'exploitation de réseaux de distribution par câble des services de radio et télévision permettant la desserte de zones dont la population atteint 6 millions d'habitants ;

- éditer ou contrôler une ou plusieurs publications quotidiennes imprimées d'informations politiques et générales représentant plus de 20 % de la diffusion totale sur le territoire national.

Des mesures similaires sont prises pour la diffusion régionale ou locale. En télévision comme en radio, un ou plusieurs partenaires étrangers ne peuvent détenir plus de 20 % du capital à l'exception des engagements internationaux souscrits par la France.

Cette réglementation, dont la complexité ne peut échapper à personne, ne pourrait-elle pas faire l'objet d'une unification entre les différents médias ?

Un abaissement des seuils ne pourrait-il pas être envisagé afin de garantir davantage de pluralisme tout en conservant la conscience qu'une réglementation excessive peut conduire à la disparition pure et simple de certains organes d'information ? Enfin, la complexité même de ces règles, les difficultés à produire des preuves, la lenteur des procédures, qui est sans doute le mal majeur de la Justice française, conduisent à penser qu'il n'est pas certain que l'arsenal juridique ci-dessus décrit, soit appliqué avec une réelle efficacité.

Une confirmation frappante de cet élément est donnée par le jugement du tribunal de grande instance de Paris le 28 janvier 1998, dans l'affaire opposant SNE-CFDT et Syndicat national des journalistes (SNJ) à la société Quilley et autres. L'affaire avait été engagée en 1993 et tendait à voir annuler la promesse de vente intervenue le 30 juillet 1993 et portant sur 51 % du capital de la société *Les dernières nouvelles d'Alsace* consentie par la SA Quilley à la société France Antilles présidée par Philippe Hersant. L'expertise ordonnée a estimé que l'ensemble formé par les groupes de société Soc Presse et France Antilles, la famille Hersant avec *Les dernières nouvelles d'Alsace*, représenterait 28,44 % ou 28,53 % de la diffusion des publications quotidiennes imprimées d'information politique et générale sur le territoire national. Les demandeurs étaient déboutés au niveau du tribunal, après quatre années de procédure.

Il faut, pour terminer sur ce point, évoquer également la dépendance à l'égard du pouvoir financier en raison du fait que l'outil d'information est un produit, objet de transactions, dont le but principal doit inévitablement être le profit.

Nous avons rappelé ci-dessus le poids considérable de la publicité. Un média peut-il disposer d'une réelle indépendance à l'égard d'une entreprise qui lui fournit, à ce titre, une très importante source de financement ? Le glissement de la rubrique publicitaire vers la rubrique information est une des dérives dangereuses constatées.

Deux ouvrages¹, publiés presque simultanément au début de l'année 1999 convergent pour souligner l'énorme concentration capitaliste, dans le domaine de l'ensemble de la communication, entre les mains de quelques groupes et la très importante domination américaine qui peut conduire à une dépendance mondiale à son égard.

¹ « *Les pires amis du monde* » par Jean Guisnel, Stock et, déjà cités « *La tyrannie de la communication* » par Ignacio Ramonet.

Les résultats de la stratégie déployée par Rupert Murdoch illustrent parfaitement la mise en place de ce que certains appellent la « société de l'information globale », la « mondialisation de l'économie », de la « culture globale » (*World culture*) et de la « civilisation unique ».

Son empire est immense et mondial : *The sun - The times - News of the world, Sunday times, British sky broadcasting* (B Sky B), OPA sur le célèbre *Manchester united* - Association avec *TF1* pour créer une chaîne généraliste pour les jeunes - *Vox* en Allemagne - négociation avec le groupe Léo Kirsh - Editions *Harper et Collins* aux Etats-Unis outre *New York post, twentieth century fox* qui, entre autres, a produit le film *Titanic* et la série *X Files* - réseau télé *Fox network - Fox news channel - héritage médias* - plusieurs dizaines de sites web - alliance avec *Echostar* et la compagnie téléphonique *MCI* pour un bouquet de plus de 200 chaînes - en partenariat avec *Sony* - et *Softmark* - projet de télévision par satellite *Japan sky broadcasting - Star TV* en direction du Japon, de la Chine, par le biais de *Phoenix TV* basée à Hong kong, de l'Inde du sud, de la Chine, de l'Est asiatique et l'Est africain - il a la main sur le loquet de la porte de *Canal plus...*

On ne peut enfin écarter une pression plus discrète, plus occulte mais tout aussi efficace de l'argent à travers des avantages consentis à certains journalistes (réception, voyage, vacances...) en espérant obtenir leur complaisance. Il s'agit de formes de complaisance plus ou moins déguisées qui nuisent à l'éthique de la profession.

2.3. *L'indépendance des médias et l'autorité judiciaire*

Ce point est plus délicat.

On ne peut que difficilement, dans un pays démocratique, évoquer une dépendance à l'égard de la Justice. La fonction de la Justice est d'appliquer la loi, et de l'appliquer à tous.

On a pu non sans surprise, entendre dire dans certains colloques que le juge ne pouvait affirmer ce qui était « journalistiquement correct ». Or c'est le rôle du juge de dire à chaque homme, avec les difficultés que cela peut comporter notamment dans des matières techniques, ce qui est « *familialement* », « *économiquement* », « *commercialement* », « *socialement* », « *éthiquement* » correct. La liste pourrait être évidemment allongée.

La Justice est l'entité autour de laquelle s'est forgée toute unité nationale et autour de laquelle est en train de se forger une unité européenne. Certes, son indépendance doit être également garantie. Les voies de recours sont là pour en réguler le mécanisme. Toutefois, certaines orientations jurisprudentielles peuvent conduire à s'interroger.

Si la loi du 29 juillet 1881, nous en reparlerons plus loin, s'est longtemps montrée très protectrice de la liberté de la presse, une évolution diamétralement opposée se développe avec la protection de moins en moins nuancée de la vie privée et du droit à l'image. On peut se demander s'il est désormais possible de publier une biographie lorsqu'il est fait allusion à la vie privée de l'intéressé, lui-même ou ses héritiers pouvant l'interdire. Que reste-t-il d'une biographie si la vie privée n'y trouve pas sa place ? La question se posera de savoir s'il n'y a pas là une certaine dérive à l'égard de laquelle on pourrait souhaiter, soit quelques

évolutions jurisprudentielles plus rapides, soit le cas échéant une intervention législative.

2.4. *L'indépendance à l'égard du public*

Parler d'indépendance à l'égard du public peut paraître poser un paradoxe. Les médias sont en effet destinés à informer le public ; c'est donc lui qui doit être l'objet de leurs préoccupations permanentes.

Mais le fait, comme nous l'avons signalé ci-dessus, que les instruments des médias soient également un produit marchand, entraîne la recherche privilégiée sinon systématique du profit. Dès lors doit être écrit ce qui est attendu – ou supposé tel – par le citoyen.

Cédant aux pressions économiques, les médias peuvent volontairement abdiquer leur mission de formation du citoyen au profit de la recherche de l'audimat ou du lectorat. Mais ils peuvent aussi être victimes d'une certaine instrumentalisation de la part du public.

Des groupes de pression bien organisés savent aussi utiliser les médias à leur profit pour faire avancer la cause qu'ils défendent : « *être, c'est être perçu* » disait Berkeley.

La présence de la presse sur le terrain peut influer sur le cours des événements admet Patrick Robert¹ même s'il reconnaît qu'elle ne peut rien y changer sur le fond. C'est ainsi qu'il rapporte que l'arrivée de journalistes avec caméras dans des villages palestiniens calmes déclenchaît aussitôt des manifestations avec jets de pierre. C'est la raison invoquée par les Israéliens pour interdire les reportages dans les territoires occupés. Faut-il préciser que cette interdiction n'a empêché ni les manifestations, ni leur répression de se poursuivre ?

De la même façon, la presse et surtout la télévision ont-elles été accusées d'accorder trop d'importance aux rodéos, incendies de voitures et agitation dans nos banlieues, agitation qui souvent cessait dès le départ des micros et caméras. Cette utilisation des médias peut être interprétée comme un moyen de s'approprier la parole et l'image, pour des groupes qui généralement ne l'ont pas. C'est en quelque sorte une façon d'exister. Pour autant les causes du malaise ne persistaient-elles pas ?

S'agissant du mouvement des chômeurs de décembre 1997, la stratégie à adopter concernant les relations avec les médias a été bien étudiée et analysée par une commission du mouvement réunie à Paris. Elle a fait l'objet d'une petite publication en avril 1998 intitulée « *La presse sous les occupations* » dans laquelle figurait un code de conduite « journaliste mode d'emploi ». Empreint d'une grande méfiance à l'égard des médias, jugés incapables d'assurer un relais durable de leurs revendications, ce code reconnaissait aussi la légitimation du mouvement, légitimité acquise grâce à la parole donnée aux chômeurs par les médias. Christophe Aguiton, l'un des porte-parole du mouvement AC !, entre une émission sur *La cinquième* et *France Culture* et une interview au mensuel

¹ Reporter photo à l'agence Sygma in « *Les manipulations de l'image et du son* » Hachette Fondation pour les études de défense - Collection pluriel 1996.

féminin DS, déclare au journal *Libération*¹ « *globalement le traitement de l'an passé a été correct. On a commencé dans la rubrique « social », puis au plus fort du mouvement on a atteint les rubriques « évènement » dans Libé et « France » dans Le Monde* ».

Cette recherche de séduction du public cela peut conduire malheureusement à privilégier la facilité et à se détourner des sujets peu consensuels ou moins demandés comme la culture. Les séries télévisées, les jeux apparaissent souvent empreints d'une médiocrité, voire d'une vulgarité étonnante ; et pourtant c'est souvent ce qui rassemble le plus large public ! La violence, le sexe, les scandales, les anecdotes d'alcôve, les rumeurs de caniveaux font recette. Les « *reality shows* » et maintenant les « *talk shows* » inspirés d'Outre-Atlantique en sont une démonstration affligeante. Même le public les désire, faut-il pour autant programmer ces émissions en particulier sur les chaînes du service public.

Pierre Bourdieu², après avoir rappelé que Gide écrivait : « *avec de bons sentiments, on fait de la mauvaise littérature* », ajoute « *mais on fait de l'audimat* ».

Cet argument est souvent développé, il ne peut être admis. L'homme porte certainement en lui des tendances naturelles à la facilité. Ce n'est pas une raison pour les flatter, même s'il s'en satisfait et même si c'est ainsi qu'il achète. Le devoir d'un journaliste responsable est de ne pas céder à cette dérive et d'assumer le rôle social d'une importance exceptionnelle qui est et sera de plus en plus le sien.

Dans toutes les choses humaines, c'est probablement dans l'équilibre que réside la vérité. Il en est plus particulièrement ainsi lorsqu'il s'agit des rapports des médias et du citoyen, de l'éthique et de l'argent. C'est dans la recherche de cet équilibre que se situe notre actuelle législation. Mais avant de développer cette recherche, il conviendra d'étudier les évolutions constatées ces dernières années tant dans le secteur de la presse que dans le public.

3. Un secteur en mutation

La modernisation du secteur de la presse nécessite une mobilisation importante de capitaux. Elle s'accompagne d'un mouvement de concentration des entreprises et d'une concurrence accrue à l'intérieur d'un secteur déjà fragilisé par une certaine désaffection du lectorat de la presse quotidienne d'information. Avec l'annonce et le développement d'une société de communication de plus en plus mondialisée, l'arrivée des nouveaux médias contribue à bouleverser l'ensemble du paysage médiatique.

3.1. Les entreprises

La plupart des entreprises de médias, soumises aux lois du marché, national et international, sont contraintes à la concentration pour affronter une concurrence de plus en plus vive. Notre pays dispose maintenant de grands groupes, compétitifs au plan mondial, notamment dans le secteur des magazines

¹ Libération - décembre 1998 « *On s'en fout de ce que disent les journaux* ».

² « *Sur la Télévision* » Pierre Bourdieu, Edition Liber 1996.

et maintenant de l'audiovisuel, mais il accuse aussi de grandes faiblesses dans le domaine de la presse écrite quotidienne. C'est ainsi que le nombre de titres ne cesse de diminuer et son lectorat s'effrite régulièrement. En outre, les ressources de la publicité (0,61 % du PIB, soit 54 MF en 1997) sont bien moins élevées en France que chez nos voisins européens, au Japon (1,14 % du PIB) ou aux Etats-Unis d'Amérique (1,22 % du PIB), ces recettes profitent de plus en plus à l'audiovisuel et maintenant à l'internet, lequel devrait voir ses parts croître très rapidement.

L'arrivée du numérique a démultiplié les possibilités de diffusion et de circulation de l'information avec l'ouverture de nouveaux canaux. Désormais, les médias offrent des « produits attractifs » où la séparation entre information, communication, publicité, mise en spectacle et divertissement n'est plus aussi nette pour le lecteur parfois mais surtout pour le téléspectateur. L'effet recherché n'est plus nécessairement l'objectivité, la neutralité, ni la vérité, mais la séduction. On est sorti d'une logique initiale dans laquelle l'objectif était « *de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain* » comme le préconisait en 1945 Albert Bayet président de la Fédération nationale de la presse française, nouvellement créée, pour entrer dans une logique de plus en plus commerciale. Cette logique s'est même étendue au secteur public de télévision ou de radio.

3.2. Les journalistes

Ils ont eux aussi accompagné cette évolution.

Longtemps, le journaliste est resté un journaliste d'opinion (Zola de « *J'accuse* », la presse de la Résistance, ou de la Libération) avant que n'apparaisse le journaliste d'information. Ce phénomène n'exclut pas la permanence d'une presse d'opinion indispensable à notre démocratie.

L'évolution de la profession s'est accompagnée d'une modification dans les pratiques et l'écriture, en produisant des nouvelles accessibles au plus grand nombre et dans tous les domaines de la vie. Les informations ne sont plus seulement politiques, mais sociales, économiques, culturelles, scientifiques.

Très attachés à leur indépendance, les journalistes marqueront dès leur origine une attirance limitée pour la syndicalisation, ce qui les empêchera d'obtenir rapidement une réelle reconnaissance et un statut à l'instar des ouvriers du livre. Le premier syndicat des journalistes, ancêtre du SNJ, est créé en 1918 et marque la distanciation entre les intérêts des journalistes et ceux des éditeurs et dirigeants de presse. Il gardera longtemps l'appellation « association de défense et de discipline professionnelle » mais ne fera pas l'unanimité dans une profession « culturellement » marquée par l'individualisme. Cette méfiance à s'intégrer dans un mouvement représentatif sera source de fragilité. Il incitera en 1918 le SNJ à élaborer une charte des devoirs des journalistes français, destinée à épurer la profession de ses éléments douteux ou vénaux. L'absence de dialogue entre partenaires à l'intérieur des entreprises conduira les pouvoirs publics à adopter une loi en juillet 1925 pour que les journalistes se voient reconnaître un salaire minimum et des conditions de travail décentes (huit heures/jour et deux semaines de congés payés). En 1927, par une convention employeurs/salariés est créée la caisse générale des retraites ; en 1934, l'Etat reconnaît les sujetions

particulières de la profession en lui accordant un avantage fiscal de 30 % aujourd’hui remis en cause.

La loi du 29 mars 1935 accordera enfin un statut au journaliste avec une protection étendue. La carte professionnelle est attribuée sans exigence d’âge ni de diplôme mais selon des critères économiques, puisque le demandeur doit apporter la preuve que la majorité de ses revenus provient d’une activité journalistique. Il se voit alors reconnaître la préservation de son droit moral sur ses écrits et dispose d’une clause de conscience qu’il peut invoquer en cas de changement de la ligne éditoriale ou de cession de l’entreprise. C’est cette dernière disposition, assortie de modalités financières, qui assure une certaine indépendance au journaliste.

Malgré ces évolutions qui marquent une avancée par rapport aux autres secteurs professionnels, deux questions continueront d’agiter la profession : la préservation de l’indépendance, car le statut de salarié confirme le lien de subordination du journaliste à son employeur, et la nécessité d’une déontologie.

Employeurs et salariés ne parviennent pas à s’entendre sur la question de l’éthique des médias et de la déontologie des professionnels. Une convention collective nationale est finalement adoptée en 1937. Dénoncée en 1939 puis rétablie, elle est renégociée régulièrement depuis cette date. Dans les années 70, des sociétés de rédacteurs font leur apparition. Elles devaient offrir un lieu de discussion plus équilibré, mais elles ne parviennent pas à s’imposer comme des partenaires au sein des conseils d’administration en raison notamment de l’absence de capitaux suffisants pour se maintenir.

Afin de conserver son autonomie, le SNJ a souhaité rester indépendant de toute tendance tandis qu’un nombre appréciable de journalistes choisissait de créer des syndicats affiliés aux différentes confédérations. En dépit de cette reconnaissance apportée par la loi de 1935, la profession de journaliste connaîtra de plus en plus de difficultés à mesure que les médias se multiplient, entraînant une diversification des métiers. Aujourd’hui, seule la possession de la carte confère à ces métiers une certaine unité juridique. On peut toutefois noter qu’il n’est pas nécessaire d’en être titulaire pour bénéficier d’accreditations. La profession comptait en 1994, 28 210 détenteurs de la carte dont 4 327 pigistes (15,34 % de l’ensemble) aux conditions de travail et de rémunération précaires.

Ces effectifs des journalistes ne cessent de s’accroître depuis le début des années 80 où l’on recensait 10 000 cartes. Elles atteignent en 1998 le chiffre de 30 004.

Dans le même temps, le nombre de chômeurs augmente dans ce secteur en dépit du développement des médias. L’engouement des jeunes pour une profession qui bénéficie d’une forte attractivité accentue encore cette tendance. Alors que les trois quarts des journalistes travaillent dans la presse écrite, en majorité dans les périodiques, 10 % seulement exercent leur activité dans les secteurs de la télévision, 8 % dans celui de la radio et le reste dans des agences de presse.

Si la majorité des journalistes travaille dans des entreprises situées en région parisienne, on constate à l’intérieur du corps de grandes disparités. Le présentateur-vedette du « 20 heures », l’éditorialiste d’un grand quotidien, son

rédacteur en chef, un reporter caméraman ou le pigiste « faits divers » d'un quotidien local n'ont en commun ni le salaire, ni la notoriété, ni les conditions de travail, ni les relations avec les pouvoirs. Enfin, la présence d'un nombre important de chômeurs accroît encore les fragilités d'une profession dont l'exercice n'est soumis à aucune obligation de diplôme, à l'inverse de ce qui est exigé pour les médecins, les avocats, les enseignants... et où majoritairement la formation est acquise sur le terrain.

3.3. *Un public qui évolue*

De son côté, le public a lui aussi évolué et s'est diversifié.

Plus averti, disposant de plus de temps et d'un plus grand choix de médias (multiplication des chaînes TV grâce au satellite et au câble, des radios, 300 000 sites sur l'internet), il développe un esprit critique d'usager vigilant. Il est plus exigeant sur la qualité des informations qui lui sont présentées et se montre plus soucieux de vérité. Il est à la fois le plus souvent lecteur de presse quotidienne et de magazines et gros consommateur d'audiovisuel. Il complète son information sur l'internet.

A côté de ces attitudes de consommateur averti, le public reste aussi amateur de presse « *people* » et d'émissions de variétés d'accès plus facile.

Dans les faits, les comportements sont multiples et évoluent en fonction de l'arrivée de nouveaux médias, mais aussi du temps disponible à leur consacrer. D'une manière générale, l'attrait exercé par les « produits faciles » offerts par certains médias commerciaux, capte les publics les plus « fragiles », en particulier des jeunes ou des personnes mal préparées pour exercer leur esprit critique, qui tiennent pour vrai ce qu'ils lisent dans la presse ou, *a fortiori*, ce qu'ils voient à la télévision, notamment aux heures de plus grande écoute. Ce sont les événements de Timisoara qui ont commencé à provoquer chez eux certains réflexes de défiance.

Le manque de distinction entre journaliste, présentateur ou animateur, les glissements subtils entre communication, publicité et information contribuent à entretenir une confusion fort préjudiciable.

Enfin, les citoyens s'interrogent sur l'avenir et les conséquences du développement de la société de la communication et de l'information alors que politiques, médias, éducateurs prédisent les plus grands bouleversements pour notre société. Ils expriment, et les sondages¹ réguliers le prouvent, des craintes sur la qualité et la véracité des faits qui leur sont rapportés, la contraction du temps entre le moment où l'événement survient et celui de sa relation ne permettant pas le recul nécessaire au médiateur qu'est le journaliste, pour une réelle analyse et une mise en perspective de l'information.

Quant à l'individu, il est attaché à la préservation de sa vie privée et de son intimité. Son attachement est tout aussi fort pour les libertés collectives que pour sa liberté individuelle, marquant ainsi une certaine différence avec la culture des pays anglo-saxons.

¹ Sondages SOFRES *Télérama* déjà mentionnés au Titre I du présent rapport.

A partir des années 90, une mise en cause de l'objectivité et du sérieux des médias se développe. Divers sondages, mais aussi les prises de position de certains journalistes, d'intellectuels, d'hommes politiques, de citoyens en témoignent. Elle participe d'un mouvement général dans la population qui se manifeste en revendiquant plus de responsabilité de la part de certaines professions, libérales notamment, mais aussi de leurs élus, dont certains manquements ont été révélés au public précisément par les médias... Les dérapages, les « *bidonnages* », tout comme l'approximation dans les informations diffusées ne sont plus tolérés. Le citoyen demande maintenant une véritable information, des analyses bien séparées de l'exposé des faits et bien étayées par une documentation sérieuse. L'inexactitude entraîne le rejet et la méfiance. Information n'est pas communication, pas plus que ne l'est la publicité. Le journaliste n'est pas seulement un animateur d'émissions, destiné à faire de l'audimat ; il est aussi chargé d'une mission. C'est à lui qu'incombe la délicate responsabilité de concilier les nécessités de l'économie de l'entreprise qui l'emploie avec celles liées au respect d'une éthique qu'il doit au public. C'est pour cela qu'il jouit d'un prestige certain et d'un statut protecteur. Encore faut-il qu'il puisse s'appuyer sur une déontologie partagée par l'ensemble de la profession.

Conscients de ce malaise grandissant, journalistes et responsables de médias ont engagé diverses mesures incitatives en vue de recouvrer la confiance du public. Chartes, codes de déontologie, médiateurs ont fait leur apparition sans que l'on puisse encore enregistrer des progrès notables. Les positions semblent même se durcir, chacun invoquant une atteinte aux libertés et à la démocratie sur les remèdes avancés par les uns ou par les autres.

Pourtant les solutions existent, elles doivent émaner d'une volonté commune à l'ensemble des partenaires concernés : entreprises de médias, journalistes avec le soutien des pouvoirs publics et du public.

TITRE III

LA RECHERCHE D'UN ÉQUILIBRE : LES SOLUTIONS ACTUELLES

Le droit à l'information est fondamental. Mais, comme cela a été rappelé, dès la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen il était précisé qu'il ne pouvait en être abusé. Il doit s'arrêter là où commence la protection du citoyen. Ces deux droits sont complémentaires mais aussi contradictoires, et la frontière n'est pas toujours facile à tracer.

C'est la recherche de cet équilibre qui conduit le législateur. Au demeurant, toute loi n'est-elle pas la régulation d'un équilibre entre différentes forces ? « *Le droit est l'intermédiaire des forces* » disait Paul Valéry. Il s'agit évidemment non seulement des forces économiques mais aussi des forces sociales, culturelles, politiques, entre lesquelles il faut trouver un subtil dosage.

A - EXPOSÉ DE LA SITUATION JURIDIQUE

1. La « loi sur la presse »

C'est la loi du 29 juillet 1881 qui a consacré d'une façon formelle et catégorique la liberté de la presse. Son intitulé est clair : « *Loi sur la liberté de la presse* ». Son article 1^{er} proclame : « *l'imprimerie et la librairie sont libres* ». C'était le résultat d'un long combat, l'une des victoires importantes dans l'accès à la démocratie.

Après avoir posé le principe, elle allait également prévoir différents modes de régulation et, tout particulièrement, chercher à protéger le citoyen contre les abus dont il pourrait être victime. Cette protection portait sur les atteintes à son honneur et à sa considération. Elle ouvrait la possibilité de protester, avec un parallélisme des formes, contre les affirmations inexactes, dans le cadre du droit de réponse.

1.1. *La protection contre la diffamation et l'injure*

La diffamation se définit comme « *toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé* » et l'injure comme « *toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferment l'imputation d'aucun fait* ».

La publicité donnée aux propos, ce qui est évidemment le cas lorsqu'ils sont diffusés par voie de presse, leur confère la qualification de délit et relève donc du tribunal correctionnel.

Les sanctions ont varié. La peine encourue actuellement est d'un an d'emprisonnement et de 300 000 F d'amende lorsqu'il s'agit de diffamation à l'encontre du Président de la République, de personnes chargées de l'autorité publique dans l'exercice de leurs fonctions ou envers une personne ou un groupe de personnes en raison de leur ethnie, leur nation, leur religion. Six mois et 80 000 F d'amende sont prévus lorsque la victime est un particulier.

L'injure est punie d'un emprisonnement de deux mois et d'une amende de 80 000 F lorsqu'il s'agit de particuliers ou de six mois et 150 000 F d'amende dans les cas plus graves ci-dessus rappelés.

Dans les faits ces peines ne sont pratiquement jamais prononcées. Dans la plupart des cas ce sont des amendes et quelquefois, mais rarement, des peines

d'emprisonnement avec sursis. Les dommages et intérêts qui se limitaient généralement au franc symbolique sont devenus souvent substantiels.

a) Mesures tendant à favoriser le recours de la victime

Différentes mesures sont prévues pour protéger au mieux la victime :

- La poursuite est subordonnée à une plainte de sa part. Le législateur n'a pas voulu que le Ministère public puisse engager de son chef des poursuites alors que la victime ne l'estimait pas opportun.
- L'auteur est présumé de mauvaise foi. La victime, contrairement à ce qui se passe normalement en matière pénale, n'a pas à rapporter la preuve de la mauvaise foi de l'auteur. C'est ce dernier qui peut se dégager par deux moyens :
 - Le premier consiste à prouver la réalité des faits considérés comme diffamatoires. Cette preuve est assez difficile à rapporter puisqu'il ne suffit pas que, ultérieurement, ces faits soient avérés. En effet, la jurisprudence exige que l'auteur démontre qu'il disposait de la preuve de la vérité au moment où il a rédigé l'article. Il est aussi amené à révéler l'origine de ses sources. Il s'agit là sans nul doute d'une certaine atteinte au secret des sources.

La possibilité de prouver les faits diffamatoires avait été élargie par l'ordonnance du 6 mai 1944. On a pu écrire que ce n'était plus la médisance qui était sanctionnée mais seulement la calomnie. Toutefois, le journaliste ne sera pas autorisé à invoquer les faits s'ils concernent la vie privée, remontent à plus de dix ans ou ont fait l'objet d'une amnistie ou d'une réhabilitation.

- L'auteur pourra également prouver sa bonne foi. Il devra alors démontrer qu'il aura fait preuve de prudence et de précautions, qu'il aura procédé aux vérifications nécessaires, qu'il aura eu recours à des sources généralement crédibles, qu'il n'aura pas été animé par le désir de nuire à la personne en cause mais aura été exclusivement animé par une volonté d'informer objectivement.
- Avec le souci de faciliter le recours de la victime, et afin de renforcer la responsabilité de ceux qui ont entre les mains ce moyen de diffusion considérable qu'est la presse, la loi a prévu une liste de personnes présumées responsables sur le plan pénal, à savoir le directeur de publication ou les éditeurs, à défaut les auteurs et par voie de subsidiarité successive les imprimeurs, les vendeurs, les distributeurs et afficheurs. L'auteur de l'article incriminé peut évidemment être poursuivi pour complicité.

Ce mécanisme qui a fait ses preuves peut néanmoins, avec le recul du temps, paraître d'une certaine lourdeur. Autant la responsabilité civile des intéressés ne peut être discutée, autant la responsabilité pénale peut paraître discutable. Le responsable peut-il tout voir à tout instant ?

Un mécanisme identique a été prévu dans le domaine de l'audiovisuel par la loi du 13 décembre 1985. Le directeur de la publication est poursuivi comme auteur principal mais seulement lorsque le message incriminé a fait l'objet d'une fixation préalable à sa communication publique, c'est-à-dire qu'il a été

préenregistré. Il était en effet difficile de rendre le directeur responsable de plein droit d'une émission en direct, sauf à démontrer qu'il avait au préalable eu connaissance des propos qui seraient tenus.

Le problème reste entier en ce qui concerne Internet. Le responsable du site qui, manifestement, ne peut pas contrôler valablement tous les messages, doit-il voir peser sur lui la même présomption ? Sa responsabilité doit-elle même être retenue du point de vue civil ? C'est vers cette solution que paraît s'orienter la rare jurisprudence dont nous disposons actuellement.

b) Mesures restrictives au recours de la victime

Mais, parallèlement, de nombreuses mesures très restrictives de la possibilité pour le plaignant de faire valoir ses droits ont été prévues et appliquées avec une particulière rigueur par la jurisprudence.

C'est ainsi que la victime des faits ne dispose que d'un délai de trois mois. Le point de départ de ce délai est celui de la première publication, preuve qui n'est pas toujours facile à rapporter ;

La citation en justice obéit à des règles particulières et très strictes dont l'inobservation est souvent sanctionnée par une nullité, appliquée avec fermeté par la Cour de Cassation. C'est ainsi que si, habituellement, le délai de citation devant la juridiction pénale est de dix jours, en matière de diffamation il est de vingt jours, augmenté d'un jour par cinq «myriamètres» (50 kilomètres) de distance. En 1999, cette mesure reste étonnante et constitue un piège dangereux ;

Le droit de la presse étant considéré comme un droit autonome, de nombreuses autres mesures très particularistes sont maintenues (délai plus bref du pourvoi en cassation - différences de nature - exercice de l'appel - régime des nullités etc.).

Ainsi on peut, sans excès, considérer que la moitié des actions engagées se heurte à un échec en raison des difficultés de procédure.

On est fondé, ici encore, à s'interroger sur la légitimité d'une telle complexité.

Dans cette réglementation, dont on a pu dire qu'elle s'était heureusement substituée au duel, il est certain qu'un effort de rénovation et d'unification à l'ensemble de la communication peut être envisagé.

1.2. Le droit de réponse

Pour éviter les abus de la part de la presse, il fallait laisser au citoyen, au-delà même des cas où il est porté atteinte à son honneur ou à sa considération, la possibilité d'imposer au journal d'opérer la mise au point demandée : c'est le droit de réponse.

Pour qu'il y ait droit de réponse, il faut évidemment qu'il y ait périodicité de l'écrit ou de l'émission.

Le délai, pour l'invoquer, est d'un an à compter du jour de la publication. Le directeur de l'organe de presse dispose d'un délai de trois jours pour procéder à l'insertion demandée lorsqu'il s'agit d'un périodique quotidien ; pour les périodiques non quotidiens, il devra procéder à l'insertion dans le numéro qui suivra le surlendemain de la réception de la demande.

L'insertion devra être faite à la même place et en mêmes caractères que l'article qui l'a provoquée. La réponse sera limitée à la longueur de cet article avec un minimum de cinquante lignes et un maximum de 200 lignes. En cas de refus, le demandeur disposera d'un délai de trois mois pour opérer un recours juridictionnel, la décision devant intervenir dans les dix jours.

Le refus illégitime de l'insertion est sanctionné d'une amende de 25 000 F. L'équilibre, en la matière, est donc ainsi convenablement assuré.

Il en est différemment dans le domaine de la communication audiovisuelle où la demande doit être faite dans les huit jours suivant la diffusion du message. Celle-ci doit indiquer les circonstances dans lesquelles le message a été mis à la disposition du public, et contenir mention des passages contestés. Or, l'entreprise audiovisuelle n'est pas tenue de fournir au plaignant une copie de l'émission ou du passage incriminé.

Le texte de la réponse ne peut être supérieur à trente lignes dactylographiées et la durée totale du message excéder deux minutes. La diffusion de la réponse doit intervenir dans un délai maximum de trente jours à compter de la date du message contesté. Enfin la réponse doit être diffusée dans des conditions techniques équivalentes à celles dans lesquelles a été diffusé le message incriminé.

En cas de refus, le demandeur peut saisir le président du tribunal statuant en référé qui peut ordonner, sous astreinte, la diffusion dans les conditions qu'il aura précisées.

Il faut aussi souligner que, à la différence de ce qui est prévu pour la presse écrite, ce droit de réponse est limité aux cas où le message publié contient des « *imputations susceptibles de porter atteinte* » à l'honneur ou à la réputation des personnes mises en cause.

Le caractère très restrictif de ce droit de réponse accorde ainsi des avantages aux entreprises audiovisuelles. Certes, l'exercice du droit de réponse pose ici des problèmes techniques plus complexes mais qui peuvent certainement être résolus, dans des conditions raisonnables et équilibrées.

Comme l'écrit M. le Professeur Dericheux « *on a voulu expliquer ces restrictions par rapport au régime de la presse périodique écrite par la crainte de voir affluer un trop grand nombre de demandes d'exercice du droit de réponse. On pourrait, à l'inverse, considérer que, dès lors qu'il y a eu mise en cause, quelle qu'elle soit, il ne serait pas anormal qu'il y ait possibilité de faire usage du droit de réponse. Rien ne justifie cette différence de traitement entre la presse périodique écrite et des services de communication audiovisuelle* ». Il serait sans doute également souhaitable de prévoir l'obligation de communiquer immédiatement la copie du message invoqué. « *On pourrait envisager, dans un plus grand souci de respect du droit de la personne souhaitant faire usage du droit de réponse, de permettre à celle-ci d'obtenir du service concerné, sur simple demande, communication du message dont elle pense qu'il comporte les éléments d'une mise en cause* »¹.

¹ Emmanuel Dericheux - Droit de la communication, 3ème Edition LGDJ 1999.

2. La protection de la vie privée

Le respect de la vie privée est sans doute l'une des limites les plus importantes, au moins en France, à la liberté de l'information.

C'est la loi du 17 juillet 1970 qui a, d'une part, créé le délit d'atteinte à l'intimité de la vie privée, prévu désormais par les articles 226-1 et suivants du Code pénal et puni d'une peine d'un an d'emprisonnement et de 300 000 F d'amende et, d'autre part, indiqué, dans l'article 9 du Code civil, que chacun a droit au respect de sa vie privée.

La conception est ainsi plus restrictive sur le plan pénal puisque, pour qu'il y ait délit, il faut que la violation de la vie privée ou de l'image ait pour cadre un lieu privé ou qu'il y ait eu captation de paroles prononcées à titre privé ou confidentiel alors que, dans le cadre du Code civil, il suffit qu'il y ait eu une atteinte quel que soit l'endroit où elle ait été commise. Chacun sait que la différence essentielle est que lorsqu'il s'agit d'une instance civile, seules des condamnations réparant le préjudice peuvent être prononcées, alors que, lorsqu'il s'agit d'une instance pénale, outre les dommages et intérêts, une peine d'emprisonnement ou une peine d'amende peut être ordonnée.

Il faut en outre préciser que, dans le cadre de poursuites pénales, lorsqu'il s'agit de personnes morales, l'application des dispositions prévues en la matière permet de porter l'amende au quintuple de celle prévue et rappelée ci-dessus, c'est-à-dire à 1 500 000 F ce qui pourrait être évidemment très dissuasif.

En ce qui concerne l'action portée devant la juridiction civile, le recours au Juge des référés est explicitement prévu par le texte.

Il s'agit d'actions dont l'exercice est d'une très grande souplesse. En effet, aucune des complications procédurales inhérentes à la loi sur la presse (délai de prescription - qualification - précisions des moyens - délai de citation...) ne s'applique en l'espèce. Seule, la responsabilité « en cascade » s'applique, ce qui procure un confort procédural pour le plaignant.

En outre, la vie privée a été entendue d'une façon très large par la jurisprudence : protection de l'image, de la voix, de tout élément relatif à la vie sentimentale, à la santé, à la situation financière, aux convictions religieuses ou politiques. Peu importe que la personne soit dans un lieu public, notamment si le cadrage l'isole. L'autorisation de divulgation doit être explicite ; le fait que l'intéressé se soit laissé photographier n'implique pas l'autorisation de divulgation de la photo.

Ainsi, les conditions d'exercice de l'action sont très larges. Les dommages et intérêts alloués varient d'un cas à l'autre, et se situent dans une fourchette allant de 50 000 F à 300 000 F environ. Il semble que le montant des dommages et intérêts dépassant souvent la simple notion de préjudice soit utilisé comme un élément dissuasif à l'égard de l'éditeur.

Le droit français, sur ce sujet, peut être considéré comme le plus protecteur. A l'heure actuelle, il nous priverait des œuvres de Doisneau ou de Cartier-Bresson.

Certes, les excès existent, et il faut les dénoncer. On ne peut évidemment qu'être scandalisé par les faits relatés dans le jugement rendu par la 17ème

Chambre du tribunal de grande instance de Paris le 4 novembre 1997. Un ambulancier, appartenant au SMUR, s'était fait la spécialité de photographier les blessés qu'il venait secourir. Puis, il vendait les précieux clichés qu'il avait pu ainsi obtenir, avant tout autre intervenant, dans de meilleures conditions... On doit émettre les plus extrêmes réserves à l'égard de l'attitude de certains de ces paparazzi dont le souci principal semble être la prise d'une photo qui sera chèrement rémunérée. Au demeurant, celui qui achète est sans doute aussi coupable, sinon plus coupable, que celui qui photographie.

Mais n'y aurait-il pas lieu d'opérer des distinctions ?

L'homme politique dont la vie privée est en contradiction avec les préceptes qu'il prône, ne doit-il pas accepter un contrôle de celle-ci sans pour autant qu'on soit conduit aux excès de l'affaire Clinton ?

Les vedettes, ou les personnalités publiques qui souhaitent avoir la même notoriété, utilisent souvent les médias comme moyen de promotion. Cette pratique comporte en elle-même des risques difficilement évitables. Certains ont su rester à l'écart des « paparazzi », mais souvent, ceux qui en sont les victimes privilégiées, sont aussi, à de rares exceptions, ceux qui ont le plus fait appel à eux pour assurer leur succès.

Thierry Pfister dans son pamphlet « *Lettre ouverte aux gardiens du mensonge* »¹ donne des exemples qui méritent réflexion. Deux personnalités du show business, négociant un reportage sur la naissance de leur enfant, l'une avec *Elle*, l'autre avec *Télé 7 jours*, auraient poursuivi, au nom du droit au respect de la vie privée, les autres magazines qui publiaient le même type de photos. Ne peut-on considérer qu'il s'agit davantage de la volonté de protéger une stratégie commerciale que du souci de faire respecter un droit de la personnalité ? L'argent, en de telles circonstances, n'obtient-il pas une priorité sur l'éthique ?

Là encore on peut constater que de telles dérives peuvent être induites par la politique de certains médias essentiellement préoccupés de leur rentabilité et dont la stratégie se fonde souvent sur la satisfaction de la demande. Michel Mathien² constate à ce sujet que le journalisme passe de l'observation du « remarquable » à celle du « désirable », glissant ainsi de l'information, paradigme fondateur, vers la communication.

Dans la presse et dans l'édition, cette protection de la vie privée peut être invoquée par les héritiers eux-mêmes, ce qui peut conduire à l'extrême à écarter toute biographie. Pfister indique qu'un universitaire américain travaillant sur Saint-Exupéry peut évoquer sans crainte des éléments scabreux de sa vie privée alors que son homologue français se trouve réduit au silence. L'auteur cite également une biographie éditée sans difficulté aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne et en Allemagne et qui en France a fait l'objet de coupures pour respecter la vie privée.

Une biographie qui ne comporte aucun élément relevant de la vie privée en est-elle encore une ? De telles interventions sont difficilement compatibles avec les exigences de la culture et de la légitime curiosité intellectuelle qu'elle comporte.

¹ Thierry Pfister « *Lettre ouverte aux gardiens du mensonge* » Albin Michel 1998.

² Michel Mathien, Le Journalisme professionnel, Quaderni n° 37, Hiver 1999.

3. La présomption d'innocence

La seule protection, en l'état actuel des textes, se limite pratiquement à la mise en place d'un droit de réponse.

Elle a été insérée dans l'article 9 du Code civil par les lois du 4 janvier et du 24 août 1993 : « *lorsqu'une personne placée en garde à vue, mise en examen ou faisant l'objet d'une citation à comparaître en justice, d'un requisitoire du Procureur de la République ou d'une plainte avec constitution de partie civile, est, avant toute condamnation, présentée étant coupable de faits faisant l'objet de l'enquête ou de l'instruction judiciaire, le juge peut, même en référé, ordonner l'insertion dans la publication concernée d'un communiqué aux fins de faire cesser l'atteinte à la présomption d'innocence* ».

L'action n'est pas soumise au formalisme de celle dérivée de la loi sur la presse. Elle doit être exercée dans le délai d'un an. Ce délai revit au cas de décision ultérieure de non-lieu ou de relaxe, l'insertion pouvant être demandée dans les trois mois qui suivent la date à laquelle une telle décision est devenue définitive.

Il faut noter qu'il ne s'agit pas ici d'une interdiction de faire état de la garde à vue ou de la mise en examen mais seulement de la présentation de l'intéressé comme coupable. Elle ne concerne pas les références à d'autres éléments que la garde à vue ou la mise en examen.

Cette protection n'est sans doute pas inutile mais il n'est pas certain que, au moins en France, quelles que soient les précautions de présentation prises, la mise en examen ne soit pas considérée comme constituant en réalité une présomption de culpabilité. Le droit de réponse ainsi prévu risque d'avoir pour seul effet d'attirer l'attention du public.

La protection peut donc paraître illusoire.

Le projet de loi sur le renforcement de la présomption d'innocence, s'il comporte des mesures améliorant le sort des mis en examen, se limite, en ce qui concerne les atteintes à la présomption d'innocence, à placer cette affirmation en tête du code de procédure pénale et à prévoir que toute mesure soit prise « *pour éviter qu'une personne menottée ou entravée soit photographiée ou fasse l'objet d'un enregistrement audiovisuel* ». Il est en outre prévu que sera puni d'une amende de 100 000 F « *le fait de diffuser, de quelque manière que ce soit et quel qu'en soit le support, l'image d'une personne identifiée ou identifiable, mise en cause à l'occasion d'une procédure pénale, et n'ayant pas encore fait l'objet d'un jugement de condamnation, faisant apparaître que cette personne porte des menottes ou entraves* ». La même peine sanctionnerait le fait de « *réaliser ou diffuser un sondage d'opinion portant sur la culpabilité d'une personne mise en cause à l'occasion d'une procédure pénale ou sur la peine susceptible d'être prononcée à son encontre* ».

Mais il faut encore ici se garder des excès. Est-ce la photo du guide de montagne portant des menottes ou le fait de lui avoir imposé inopportunément cette mesure qui est répréhensible ? N'est-ce pas reporter sur les médias une responsabilité qui n'est pas ici la leur car c'est peut-être grâce à eux que certains abus ont été ainsi dénoncés.

Très légitimement, ces derniers ont manifesté une réelle émotion et de vives protestations face à une mesure dont le caractère uniforme et systématique peut certainement conduire à des conséquences déraisonnables et inopportunnes.

4. Le secret de l'instruction préparatoire

La publicité des débats judiciaires a été le fruit d'une longue enquête. L'Ancien Régime ne connaissait ni publicité de l'instruction ni publicité des débats.

La Révolution fit éclater ce carcan en décrétant que l'ensemble du procès, même l'instruction, se déroulerait en public sous le contrôle d'un jury d'accusation. Le code d'instruction criminelle de 1808 maintint la publicité des débats mais revint, pour préparer l'audience et recueillir les preuves, au système d'instruction préparatoire secret, confié à un juge aux pouvoirs très étendus. Lorsque, en 1897, ce secret a été partiellement levé et qu'on a donné la possibilité à l'avocat d'accéder au dossier, les protestations furent nombreuses. Les réserves ne le furent pas moins lorsque la loi du 4 janvier 1993 permit à ce dernier d'assister à la garde à vue à partir de la vingtième heure ou de la soixante douzième heure dans certains cas exceptionnels.

La trahison du secret de l'instruction est donc intimement liée à la transition de notre système de procédure pénale.

L'article 11 de ce code précise : « *sauf dans les cas où la loi en dispose autrement et sans préjudice des droits de la défense, la procédure au cours de l'enquête et de l'instruction est secrète. Toute personne qui concourt à cette procédure est tenue au secret professionnel dans les conditions et sous les peines des articles 226-13 et 226-14 du Code pénal* » (il s'agit des articles sanctionnant la violation du secret professionnel). Il faut immédiatement noter que les journalistes ne font pas partie des personnes qui concourent à l'instruction et ne sont donc pas tenus à ce secret. La partie civile, le prévenu et l'avocat ne le sont pas davantage. Les magistrats, les officiers et agents de police judiciaire, les experts et les greffiers qui participent à la procédure sont seuls soumis à cette obligation au secret.

Celui-ci est régulièrement violé. Maître Henri Leclerc, Président de la Ligue des droits de l'homme, raconte¹ que, alors que les avocats n'avaient droit à la communication du dossier que 24 heures à l'avance et que le client attendait le résultat d'une déposition importante, le juge d'instruction lui avait refusé cette communication. Rentrant à son cabinet, il recevait un appel téléphonique de l'un de ses amis journalistes qui était en possession de la photocopie de cette déclaration. De nombreuses anecdotes de ce type pourraient être rapportées par tout avocat qui a pratiqué les affaires pénales.

De qui émanent ces fuites ? Probablement, dans des proportions différentes et difficiles à définir, de chacun des participants (magistrats, policiers, avocats...).

Il faut constater que le ministère public ne s'est jamais montré très curieux en la matière et que les procédures ont été extrêmement rares. La complicité était

¹ Henri Leclerc et Jean-Marc Théolleyre : Les médias et la justice, CFPJ 1996.

difficile à établir. Les décisions récentes semblent n'admettre le recel de document que dans des conditions très particulières.

Il faut aussi constater qu'il n'y a eu aucune volonté des gouvernements pour mettre fin à la violation systématique de ce secret. Il suffisait, si telle avait été leur volonté, d'interdire tout compte rendu d'une affaire en cours d'enquête de police ou d'instruction. Mais serait-ce souhaitable ?

Les partisans du maintien du secret de l'instruction invoquent que ce serait une violation supplémentaire de la vie privée si cet élément disparaissait. Ils soutiennent que ce serait également compromettre l'efficacité d'une enquête. Mais il semble bien, ainsi que nous l'avons déjà rappelé, que ce secret soit beaucoup plus théorique que pratique.

Les partisans de la publicité font valoir qu'il s'agit de la garantie d'une justice vraiment contradictoire et rigoureusement équitable. Il ne peut être sérieusement discuté que « la presse d'investigation » a pu, de longue date, éviter des classements prématurés ou arbitraires de dossiers. Le droit à l'information du citoyen ne peut que difficilement se heurter à l'impératif de publicité de la justice.

En 1997, la commission présidée par Monsieur Pierre Truche, Premier Président de la Cour de cassation, avait envisagé d'ouvrir quelques « fenêtres » et d'organiser des concertations entre magistrats, avocats et journalistes qui permettraient de déterminer les éléments qui peuvent être donnés à la presse. La commission prévoyait également l'organisation d'une déontologie qui permettrait, sans réglementation trop détaillée, d'apprécier au coup par coup la solution opportune. On pourrait aussi imaginer, dans le cadre d'une publicité de l'information, d'organiser les règles d'un débat médiatique dans lequel les parties, si elles le souhaitent, pourraient s'exprimer, dossier à l'appui. La création de commissions composées de magistrats, d'avocats, de policiers et de journalistes a été envisagée. Ce serait une initiative positive.

Le droit à l'information du citoyen implique une transparence de la justice. Nombreux sont les avocats et le président de la Ligue des droits de l'homme en fait partie, qui estiment, avec pragmatisme, qu'il est impératif de mettre un terme à ce qu'il est difficile de ne pas appeler une hypocrisie, et d'organiser, sous des règles à déterminer, avec les réserves nécessaires, notamment pour certaines délinquances d'une particulière gravité, la transparence au niveau de l'instruction, en tout cas de mettre un terme à l'ambiguïté actuelle qui est préjudiciable pour tous. Rappelons que la Cour européenne des droits de l'homme, dans son arrêt du 21 janvier 1999 (Fressoz et Roire C/ France) a donné la priorité à l'article 10 de la Convention protégeant le droit de l'information sur l'article 6 protégeant le droit à la vie privée.

5. Protection des mineurs

Pour être complet en ce qui concerne les limites à la liberté d'information, il convient de mentionner les mesures concernant la protection des mineurs.

Il s'agit d'abord de l'article 227-23 du nouveau code pénal qui incrimine « *le fait, en vue de sa diffusion, de fixer, d'enregistrer ou de transmettre l'image d'un mineur lorsque cette image présente un caractère pornographique* ».

Il s'agit également de l'interdiction visée par l'article 227-24 du même code « *de fabriquer, de transporter, de diffuser... un message à caractère violent ou pornographique de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine... lorsque ce message est susceptible d'être vu ou perçu par un mineur* ».

Il faut aussi rappeler que, modifié par la directive du 30 juin 1997, l'article 22 de la directive « télévision sans frontière » du 3 octobre 1989 pose que « *les Etats membres prennent les mesures appropriées pour que les émissions des organismes de radiodiffusion télévisuelle qui relèvent de leur compétence ne comportent aucun programme susceptible de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment les programmes comprenant des scènes de pornographie ou de violence gratuite* ».

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a estimé qu'il ne lui appartenait pas de se substituer aux tribunaux, voire d'anticiper par un contrôle *a priori*, d'inciter les sociétés de programme de télévision à mettre en place en la matière de façon volontaire, une signalétique qu'ils considèrent comme « un instrument de pédagogie ».

Cela nous amène à évoquer maintenant le rôle des organes de régulation.

B - LES ORGANES DE RÉGULATION

1. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel

Le pouvoir grandissant des médias, associé à la volonté des citoyens de garantir leur indépendance à l'égard de l'Etat, qu'il s'agisse du secteur public ou du secteur privé, a amené la création d'organismes pouvant assurer une régulation dans le domaine de l'audiovisuel.

Ce fut d'abord la Haute autorité de la communication audiovisuelle, créée par la loi du 29 juillet 1982. La loi du 30 septembre 1986 la remplaçait par la CNCL affirmant sa volonté de renforcer l'autonomie et les moyens d'action de l'institution, le législateur, le 17 janvier 1989 créait le CSA. Il se présentait comme la clé de voûte du système.

a) Sa composition

La composition du CSA et le statut de ses membres traduisent la volonté d'assurer une autonomie à cette institution. Elle comprend, en effet, neuf membres nommés par décret du Président de la République. Trois sont désignés par lui, trois par le Président de l'Assemblée nationale et trois par le Président du Sénat. Son président est nommé par le Président de la République (alors que le président de la CNCL était nommé par les membres de la commission, ce qui lui assurait sur ce point une plus grande indépendance).

C'est surtout dans la durée du mandat et dans les incompatibilités qu'on trouve la traduction de la volonté d'autonomie. En effet, le mandat est de six ans. Le Conseil se renouvelle par tiers tous les deux ans. Il n'est « *ni révocable, ni renouvelable* ». Ainsi le souhait de voir renouveler un mandat ne peut altérer l'indépendance des membres.

Les fonctions de membre du CSA sont en outre incompatibles avec tout mandat électif, tout emploi public et toute autre activité professionnelle. Les membres ne peuvent exercer de fonctions, recevoir des honoraires ni détenir

d'intérêts dans une entreprise de l'audiovisuel, du cinéma, de l'édition, de la presse, de la publicité ou des télécommunications. Afin d'assurer l'indépendance des membres jusqu'à l'expiration de leur mandat, la même interdiction pèse sur eux pendant un délai d'un an après la cessation de leur fonction. Ils sont en outre tenus de s'abstenir de toute prise de position politique qu'ils auraient eu à connaître dans le cadre de leur fonction. Ils sont astreints au secret professionnel pour les faits, actes et renseignements dont ils ont pu avoir connaissance en raison de leur fonction.

Des incompatibilités frappent également les membres du personnel qui ne peuvent siéger dans les conseils d'administration d'un des organismes du secteur public de la communication audiovisuelle, ni exercer des fonctions ou détenir des intérêts dans une société ou association titulaire d'une autorisation attribuée par le CSA et relative à un service privé dans le domaine de l'audiovisuel.

b) Sa mission

Le CSA a pour mission essentielle d'assurer l'égalité de traitement, de garantir l'indépendance et l'impartialité du secteur public, de veiller à favoriser la libre concurrence, de veiller à la qualité et à la diversité des programmes, au développement de la production et de la création audiovisuelles nationales ainsi qu'à la défense et à l'illustration de la langue et de la culture françaises. Il peut formuler des propositions sur l'amélioration de la qualité des programmes. Enfin, il assure le respect de « l'expression pluraliste » et veille à la protection de l'enfance.

c) Ses pouvoirs

Les pouvoirs du CSA, s'ils ne sont pas négligeables, ne sont peut-être pas à la mesure de sa mission.

On peut les résumer ainsi :

- un pouvoir de réglementation consistant à fixer les règles de production, de programmation, de diffusion des émissions, notamment lors des campagnes électorales, à déterminer les conditions techniques d'usage des fréquences, les heures d'écoute significatives et à faire respecter les quotas ;
- un pouvoir d'autorisation concernant les établissements et installations en radio télévision hertzienne terrestre et par câble, l'utilisation des bandes de fréquence et les fréquences radio télévisions hertziennes terrestres ou satellites, l'autorisation d'exploitation des réseaux câblés, l'agrément du locataire-gérant dans les procédures collectives ;
- une possibilité d'infliger des pénalités contractuelles pour non respect des obligations dans le secteur privé comme dans le secteur public ;
- ordonner des enquêtes concernant les violations éventuelles des obligations ;
- un pouvoir de propositions et de recommandations, notamment au gouvernement, pour développer la concurrence et concernant toute modification législative ou réglementaire qui lui paraît souhaitable ;

- un pouvoir de consultation sur la position de la France dans les négociations internationales, sur les pratiques restrictives de la concurrence et sur les concentrations, ainsi que la possibilité de formuler des observations sur la répartition de la redevance et de la publicité dans le secteur public.

Enfin, le CSA peut saisir différentes instances, notamment les autorités administratives et judiciaires, Conseil d'Etat et Procureur de la République, avec la faculté d'intervenir en justice, le CSA représentant alors l'Etat.

On notera que le financement du CSA dépend exclusivement du budget de l'Etat, ce qui peut évidemment constituer un moyen de pression efficace.

De cette analyse, il ressort que le CSA ne peut pas être considéré comme une juridiction disciplinaire en charge d'une déontologie des médias. Certes, son rôle de régulateur dans le domaine de l'audiovisuel présente un réel intérêt. Mais ses moyens demeurent néanmoins insuffisants et ils se manifestent essentiellement sur le plan économique, sur la surveillance de l'égalité d'expression des partis politiques, notamment en période électorale, sur la vigilance à apporter en ce qui concerne le respect des quotas.

En revanche, sur le plan de la protection de la morale et des bonnes mœurs, le CSA ne dispose certainement pas des moyens lui permettant d'être efficace. Son président, M. Hervé Bourges, rappelait lors de l'affaire « Skyrock » qui avait laissé marteler, tout un après-midi, la formule « *Un bon flic est un flic mort* », que son rôle s'était limité à saisir le Procureur de la République. Une sanction assez lourde était intervenue, à savoir 200 000 F d'amende, mais 18 mois après les faits !

Le nouveau projet de loi relatif à la réforme de l'audiovisuel propose d'étendre de façon importante les pouvoirs du CSA, tout particulièrement par des mesures permettant de surveiller le flux des capitaux afin d'éviter les excès de concentration dans le domaine de l'audiovisuel. Son objectif est de donner au CSA les moyens d'assurer le respect du pluralisme.

2. La commission d'attribution de la carte

L'accès à l'activité de journaliste est totalement libre. La détention d'un diplôme n'est pas imposée par la loi. Toutefois, la très grande majorité des journalistes est diplômée de l'enseignement supérieur.

La carte d'identité professionnelle de journaliste confère certains avantages, dont la clause de conscience introduite par la loi de 1935. Celle-ci permet à un journaliste de rompre son contrat de travail avec son employeur, lorsqu'il considère qu'une modification de la ligne éditoriale - à la suite du rachat du journal ou de l'entreprise ou d'un changement d'orientation - peut porter atteinte à ses droits moraux. Cette décision lui ouvre un droit à indemnisation comme dans le cas d'un licenciement. Le titulaire de cette carte bénéficie également du droit d'accès aux informations, notamment auprès des administrations, ainsi qu'à une protection de ses sources d'informations.

Cette carte n'est aucunement obligatoire pour exercer la profession. Toutefois, la convention collective nationale du travail des journalistes interdit d'employer pendant plus de trois mois, dans toute entreprise d'information

soumise à cette convention, des journalistes professionnels et assimilés qui ne seraient pas titulaires de la carte professionnelle de l'année en cours et pour lesquels cette carte n'aurait pas été demandée. Par ailleurs, l'article L 761-15 du code du travail précise que « *peuvent seules se prévaloir de la qualité de journaliste, soit à l'occasion de l'établissement d'un passeport ou de tout autre acte administratif, soit en vue de bénéficier de dispositions prises en faveur des représentants de la presse, par les autorités administratives, les personnes énumérées à l'article L. 761-2 et titulaires d'une carte d'identité professionnelle* ». La détention de la carte est donc d'un intérêt fondamental.

C'est à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels qu'a été confié le soin de la délivrer. Prévue par le décret du 17 janvier 1936, sa composition est paritaire. Elle comporte seize membres : huit représentants des employeurs, dont sept au titre des directeurs de journaux et agences de presse, et un au titre des entreprises de communication audiovisuelle du secteur public, et huit représentants des journalistes professionnels. Les représentants des employeurs sont désignés par les organisations les plus représentatives des directeurs de journaux et agences de presse et des entreprises de communication audiovisuelle du secteur public. Les représentants des journalistes sont élus par les journalistes titulaires de la carte d'identité professionnelle. Le mandat est de trois ans. La commission est présidée alternativement par un représentant des employeurs et un représentant des journalistes. Elle ne délibère valablement que si cinq au moins des représentants de chacune des deux catégories sont présents et participent au vote. Elle doit siéger en parité absolue entre les employeurs et les journalistes.

Les décisions de la commission peuvent être frappées d'un recours soumis à la commission supérieure dont la composition est différente à savoir : un conseiller à la Cour de cassation qui la préside, deux magistrats de la Cour d'appel de Paris, un représentant des directeurs de journaux et agences de presse et un représentant des journalistes professionnels.

Le recours contre les décisions de la commission supérieure sont portés devant le Conseil d'Etat.

Il n'existe guère en droit français une définition précise de l'activité de journaliste. On peut en trouver une ébauche dans l'article L 761-2 du Code du travail qui précise que « *le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou dans une ou plusieurs agences de presse et en tire le principal de ses revenus* ».

Selon la jurisprudence, l'activité de journaliste est une activité intellectuelle qui doit porter sur les éléments ou informations ayant une relation avec l'actualité.

Le contrôle opéré par la commission est essentiellement quantitatif. La commission recherche si le candidat retire de la profession de journaliste le principal de ses ressources. En sont écartés systématiquement les chargés de communication qui ne se consacrent pas à l'information mais au faire valoir d'une entreprise commerciale déterminée. Pour la même raison, la commission ne retient pas les animateurs de télévision.

Environ 30 000 journalistes sont à l'heure actuelle titulaires de la carte, 3 000 appartiennent au secteur de la communication audiovisuelle.

Il faut souligner que la commission ne dispose d'aucun pouvoir disciplinaire et n'est aucunement en charge de faire respecter une déontologie. Elle n'a assumé ce rôle qu'à la Libération où des fonctions d'épuration lui ont été confiées. Elle n'avait en effet été réinstaurée que le 30 septembre 1944, et installée comme « commission d'épuration » le 2 mars 1945. Siégeant dans ce cadre jusqu'au 30 juin 1946, elle a été chargée de procéder à l'assainissement de la profession. Environ 400 journalistes se sont vu écartés pour collaboration et 6 500 cartes ont été attribuées entre 1945 et 1946.

L'équilibre de sa composition, tant au niveau de la première instance que de la commission supérieure, semble donner satisfaction aux professionnels.

C - LES ESSAIS DE DÉONTOLOGIE

1. Les dérives et la nécessité d'une éthique

Les sondages Sofrès pour *La Croix Télérama*, déjà évoqués, ont révélés une certaine défiance du public à l'égard des médias.

Longtemps, ce qui était lu dans le journal était tenu pour vrai. En revanche, la crédibilité de l'image était longtemps restée inattaquée. Ce qu'on avait vu était nécessairement vrai. Un certain recul et un certain esprit critique se sont manifestés depuis plusieurs années. Une étape fondamentale a été franchie dans ce domaine lors des événements de Timisoara en 1990. Les victimes, dont les cadavres étaient présentés, n'étaient pas celles des massacres du 17 décembre 1989 mais des morts qui avaient été déterrés dans le cimetière voisin. Le téléspectateur, et certains journalistes eux-mêmes, ont pris pour vrai ce qui était une supercherie. Pour la première fois, l'image était mise en cause. Cet incident a provoqué un mouvement de défiance puis une réflexion. Au-delà même du mensonge délibéré, le public a également compris que l'angle de prise de vue, le montage, le choix des plans et les images elles-mêmes pouvaient avoir une influence considérable sur le récit.

La guerre du Golfe a constitué une seconde étape importante, confirmant le relatif recul qui s'était amorcé à l'égard de la croyance en l'image.

Le mensonge allait se développer. « *Le bidonnage* » n'est pas nouveau. Chacun se rappelle ce journaliste du *New York Times* qui racontait de la manière la plus impressionnante les atrocités de la guerre du Cambodge alors qu'il n'était jamais allé sur le terrain et qu'il avait écrit ses articles, tranquillement installé à Marbella en Espagne. On a également gardé le souvenir de la fausse interview de Fidel Castro par Patrick Poivre d'Arvor, sur *TF1*.

Il est difficile de savoir si la multiplication récente de ces « *bidonnages* » résulte d'une volonté plus ferme de les rechercher et de les dénoncer ou si elle correspond à un phénomène qui s'est accentué. Force est de constater que les mois qui viennent de s'écouler ont été révélateurs à cet égard.

En Allemagne, le journaliste Michaël Born, a été reconnu coupable d'avoir falsifié totalement ou partiellement une vingtaine de reportages. En 1994, une chaîne allemande avait présenté une émission où on pouvait voir un combattant

kurde, masqué et armé jusqu'aux dents, accompagnés de deux autres maquisards et d'un reporter qui escaladaient de dangereux sentiers de montagnes les conduisant dans une grotte où on voyait d'autres combattants fabriquant une bombe en vue de l'attentat de Fethie (centre touristique en Turquie). Rien n'était vrai. Les Kurdes étaient des Albanais, la grotte se trouvait dans la résidence d'un ami suisse et le tournage avait eu lieu en Grèce...

Ce faussaire avait réalisé d'autres reportages sur des sujets passionnnants notamment sur une prévue section allemande du Ku Klux Klan, sur des trafiquants de cocaïne, sur un Australien chasseur de chats, sur le travail d'enfants exploités dans le tiers monde, sur des passeurs immigrés clandestins... Chacun de ces reportages avait été fabriqué de toutes pièces avec l'aide de comparses. *Arte* a consacré récemment une émission à ce singulier journaliste qui a été condamné à quatre ans de prison par les tribunaux allemands. Ce qui frappait d'ailleurs c'était le sentiment de légitimité qu'il donnait à ses actes et l'indifférence à l'égard du mensonge. Avec une étonnante désinvolture, il paraissait penser que peu importe qu'il s'agisse ou non du réel puisque les images étaient peut-être plus vraies que lui ! Sa conception est simple. Selon les propos que lui prête Ignacio Ramonet : « *les images ont toujours menti, et mentiront toujours* ».

Un reporter anglais n'a pas été en reste. Il démontrait dans une émission, comment le cartel de Cali en Colombie, avait ouvert une nouvelle route pour passer de la cocaïne en Europe. Tout était également faux. Le « passeur » était là aussi un comparse ; le chef du « *cartel de Cali* » un employé de banque à la retraite.

Malheureusement, la France n'a pas échappé à la tentation. Le reportage diffusé le 5 décembre 1998 « *sur la piste de l'ecstasy* », réalisé par Philippe Buffon en apporte la preuve. On y voyait, dit le *Canard Enchaîné*, « *une vaillante équipe de gendarmes filer des trafiquants, les arrêter, mener un interrogatoire et retrouver le bon paquet d'ecstasy et un peu d'héroïne* ». Ici encore, il s'agissait d'une pure mise en scène. C'était cette fois les gendarmes qui avaient servi d'acteurs et les locaux filmés étaient ceux de leur gendarmerie ! L'intéressé, interviewé dans le cadre de l'émission « *le vrai journal* » de Karl Zéro paraissait estimer, ici à nouveau, qu'il n'y avait rien d'anormal puisque la reconstitution reproduisait exactement la réalité. On pourrait également citer les fausses arrestations (les brigades de l'autoroute en juin 1998), la simulation d'un sauvetage en montagne (*Des Racines et des Ailes* FR3, février 1999) on pourrait hélas sans doute allonger la liste sans difficulté.

A ces mensonges, il faut ajouter la création artificielle d'événements et les risques de manipulation que peuvent induire les images de synthèse et les images virtuelles ; il est en effet désormais possible d'intégrer n'importe quel personnage dans n'importe quelle situation sans que le téléspectateur puisse s'en apercevoir. Le film « *Forest Gump* » où l'on voyait Tom Hanks s'entretenir successivement avec le Président Kennedy et avec le Président Nixon a fait prendre brutalement conscience de ce phénomène.

A l'heure actuelle, sauf lorsqu'il s'agit de situations où le donneur d'ordre n'était absolument pas au courant et où les peines de l'escroquerie peuvent être envisagées, le « bidonnage » ou les images virtuelles ne peuvent donner lieu à

sanction pénale. Le délit prévu par l'article 27 de la loi du 29 juillet 1881, n'est constitué que lorsqu'il est porté atteinte à la « paix publique ». Ce texte a été très rarement appliqué et ne pourrait certainement pas l'être en l'espèce.

2. Code de bonne conduite et chartes

Les journalistes n'ont pas attendu ces événements pour prendre conscience de la nécessité, compte tenu de l'importance de leur rôle et de l'immense influence dont ils disposent, pour chercher à se constituer un code de référence, une déontologie.

2.1. *Le code de bonne conduite et les déclarations*

a) Le code de bonne conduite de 1918

Le syndicat national des journalistes, créé en 1918, se préoccupait immédiatement de cette question, souhaitant rassembler les journalistes dans le cadre d'une profession libérale à l'instar de celle réunissant les avocats. Il rédigeait un « code de bonne conduite » qui comportait déjà l'essentiel des principes qui peuvent diriger la conscience « *d'un journaliste digne de ce nom* ». Il définit certaines valeurs éthiques auxquelles le journaliste doit se soumettre à savoir :

- le sens de l'honneur ;
- la responsabilité de ses écrits ;
- le respect de la vérité ;
- la résistance à la corruption ;
- la délicatesse envers ses confrères ;
- le respect du secret professionnel ;
- le respect du rôle de la justice.

b) La révision de 1938

Cette tentative de professionnalisation avait pour but de décourager les amateurs, les occasionnels, mais aussi les politiciens peu soucieux de déontologie. Il faut souligner que la charte de 1918 se situait dans une logique ordinaire¹.

Le code de 1918 est révisé et complété en 1938 introduisant des principes nouveaux : la calomnie, les accusations sans preuve, l'altération des documents, la déformation des faits et le mensonge sont des fautes professionnelles graves.

Le journaliste « *ne reconnaît que la juridiction de ses pairs souveraine en matière d'honneur professionnel, il n'accepte que des missions compatibles avec sa dignité professionnelle ; il s'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaire, d'user de moyens déloyaux pour obtenir une information ou surprendre la bonne foi de quiconque, il ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations, seraient susceptibles d'être exploitées ; il ne signe pas de son nom des articles de réclames commerciale ou financière, ne commet aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit un texte quelconque ; ne sollicite pas la place*

¹ Michel Mathien in. *Le journalisme professionnel* – Quaderni n° 37 – Hiver 1999.

d'un confrère ni ne provoque son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures ; garde le secret professionnel ; n'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ; revendique la liberté de publier honnêtement ses informations, tient le scrupule et le souci de la justice pour des règles premières, ne confond pas son rôle avec celui du policier. ».

c) La convention collective

Il faut aussi souligner le rôle de la convention collective de travail des journalistes et ses avenants pour les entreprises de l'audiovisuel du secteur public, dont la dernière version a été étendue en février 1988.

Elle comporte quelques dispositions d'ordre déontologique.

C'est ainsi que son article 5 prévoit qu'un journaliste ne peut accepter, pour la rédaction de ses articles, d'autres salaires et avantages que ceux que lui assure l'entreprise de presse à laquelle il collabore.

En aucun cas, un journaliste professionnel ne peut présenter, sous la forme rédactionnelle, l'éloge d'un produit, d'une entreprise, à la vente ou à la réussite desquelles il est matériellement intéressé.

La convention reprend la fameuse « clause de conscience des journalistes ». Cette disposition est évidemment essentielle. C'est elle qui assure une relative garantie d'indépendance aux journalistes et qui constitue une caractéristique essentielle de leur contrat de travail.

Il faut aussi ici rappeler l'existence de « La Charte du droit à l'information ».

Le SNJ, le Syndicat des journalistes français CFDT, le Syndicat général des journalistes CGT-FO et la Fédération française des sociétés de journalistes réunis à Paris le 19 janvier 1973 ont proclamé solennellement que le temps était venu d'inscrire dans les textes officiels la notion capitale de droit pour le public à l'information et la définition d'un nouveau statut d'une entreprise de presse.

d) La déclaration de Munich

Le 25 novembre 1971, les Syndicats de journalistes de la communauté européenne auxquels s'étaient joints leurs confrères de Suisse et d'Autriche adoptaient la « Déclaration de Munich ».

Les grandes organisations internationales de journalisme, la Fédération internationale des journalistes (FIJ) et l'Organisation internationale des journalistes (OIJ) l'ont reprise à leur compte. Elle comporte un préambule, une déclaration des devoirs, et une déclaration des droits.

Le préambule rappelle le droit à l'information, à la libre expression et à la critique comme constituant l'une des libertés fondamentales de tout être humain. Il affirme clairement que la « *responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leur employeur et des pouvoirs publics* ».

Les devoirs du journaliste s'inscrivent dans le cadre des valeurs qui viennent d'être rappelées. On y trouvera en outre certaines dispositions qui obligent le journaliste à « *publier seulement les informations dont l'origine est connue ou, dans le cas contraire, les accompagner des valeurs nécessaires* ; ne

pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents ». Le journaliste « *s'oblige à respecter la vie privée des personnes. Il s'engage également à rectifier toute information publiée et se révélant inexacte* » (article 6).

Après avoir rappelé les devoirs, la Déclaration énonce les droits du journaliste. Elle consacre pour lui le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique (article 1). Le journaliste est en droit de refuser toute forme de subordination qui mettrait en péril son indépendance ; il ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel où à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou à sa conscience. L'équipe rédactionnelle doit être informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Le journaliste a droit à un contrat personnel qui assure la sécurité matérielle et morale ainsi qu'à une rémunération suffisante pour garantir son indépendance économique.

Enfin, il faut rappeler également la décision de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe qui a adopté, le 1er juillet 1993, une résolution qui affirme les principes éthiques du journaliste et estime qu'ils devraient être appliqués dans la profession à travers l'Europe.

e) Le Livre Blanc de la déontologie des journalistes ou de la pratique du métier au quotidien

En 1993, le Syndicat national des journalistes publie le n° 1 du Livre Blanc qui contient certains témoignages apportés par des journalistes engagés avec le SNJ dans le respect de la pratique de leur métier.

Cette publication rend compte des différentes entorses à la déontologie qui ont pu être constatées à l'occasion de la couverture d'événements de toutes sortes.

f) La Commission nationale consultative des droits de l'homme

Un avis portant sur la liberté de la presse et la responsabilité des journalistes a été adopté lors de sa réunion plénière du 21 mars 1995.

La Commission nationale consultative des droits de l'homme propose :

- en ce qui concerne les journalistes professionnels :
 - que soit établi un nouveau code déontologique de la profession s'inspirant de la Charte française des devoirs professionnels, adoptée en 1918, révisée en 1971 à Munich ;
 - que toute demande d'attribution de la carte d'identité professionnelle soit subordonnée à une adhésion expresse aux principes de ce code ;
 - que toute violation grave desdits principes valant rupture de l'engagement contracté, entraîne le retrait ou le non renouvellement de la carte.
- en ce qui concerne les entreprises de presse :
 - que chaque entreprise de presse soit incitée, par le canal des organisations représentatives, à créer un organe de défense des lecteurs et de toute personne mise en cause, doté d'un statut garantissant son indépendance ;

- que chaque journal précise les règles déontologiques qu'il entend appliquer pour respecter le code de la profession et traiter les problèmes spécifiques auquel il peut être confronté ; que ce règlement déontologique du journal soit affiché dans chaque rédaction et que son application soit l'objet d'une évaluation annuelle et publique ;
- que le montant des aides publiques consenties aux entreprises qui peuvent y prétendre prenne en compte une telle création afin d'encourager semblable initiative et de compenser les charges qu'elle peut entraîner.

2.2. *Les chartes d'entreprises*

Dans le droit fil de ces codes de bonne conduite, de l'avis de la Commission nationale consultative des droits de l'homme, et de leur responsabilité chaque jour accrue, différents journaux ont adopté une charte : ainsi, *Ouest France*, *Sud-Ouest*, *La Nouvelle République du Centre Ouest*, *La voix du Nord*, *La Croix*, *Le Dauphiné libéré*, *Libération*, *Médias*, *J. Presse*, *Le Monde*.

Ces chartes méritent quelques observations :

- *Ouest France* : La Charte d'*Ouest France* attache une importance particulière au traitement des faits divers.

Elle rappelle quatre principes essentiels : dire sans nuire - montrer sans choquer - témoigner sans agresser - dénoncer sans condamner.

En ce qui concerne les faits de justice, elle invite à une « *haute conscience du droit absolu de tout homme à un procès équitable et souligne la nécessité de la présomption d'innocence* ».

« *Il est rappelé qu'il convient d'éviter des termes blessants ainsi que les formules qui peuvent conditionner les jurés ou l'opinion publique et ainsi porter atteinte à la présomption d'innocence* ».

De nombreux autres conseils sont formulés, notamment éviter de parler des suicides, sauf s'ils paraissent liés à l'exercice d'une responsabilité politique ou professionnelle, ou s'ils ont un caractère spectaculaire. Pour les délits, l'identité de l'auteur ne sera indiquée que s'il y a mise en examen ou détention. En cas de viol, aucun élément permettant une identification ne sera donné.

Il faudra éviter les humiliations inutiles. Cela demande du cœur et du jugement.

- *La nouvelle République* : la ligne directrice qualifiée « d'humaniste » tient lieu de charte. Elle répond à une triple vocation :
 - être en toute indépendance le média des institutions ;
 - être aussi le média des citoyens en se faisant leur porte-parole ;
 - être le photographe des réalités politique, sociale, économique et culturelle du moment.

La charte prône des valeurs : démocratie, droit de l'homme, justice, tolérance qui donnent au journaliste une mission d'intérêt général ou au moins une responsabilité dans la société.

- *Sud-Ouest* : Ce journal dont la devise est : « *acta sacra, libera verba* », (Les faits sont sacrés, les commentaires sont libres) s'est doté d'une charte en 1984. Elle arrête les grands principes rédactionnels du journal et en définit le contenu. Elle comporte quelques rudiments de droit.

La charte rappelle que l'éthique à laquelle elle se réfère n'est pas figée et qu'elle est le fruit d'une concertation et d'un dialogue permanents.

Elle insiste particulièrement sur la bonne foi qui doit être celle du journaliste et reprend les critères généralement admis sur ce point par la jurisprudence.

La charte précise que la photo montage doit comporter la mention « *montage* ».

- *La Voix du Nord* : sa charte rédactionnelle est en cours de discussion ;
- *La Croix* : il s'agit d'un texte d'orientation en date de novembre 1980, régulièrement révisé, dont la dernière version date de 1995, et qui rappelle son attachement aux valeurs fondamentales de l'Evangile s'ordonnant autour de « *liberté, dignité, justice, paix, amour* » ;
- *Libération* : le journal a en 1993 adopté un règlement intérieur.

Le journaliste ne doit accepter aucune invitation impliquant la prise en charge totale ou partielle de son voyage ou de ses frais de séjour.

- *Médias* : nécessité d'une séparation totale entre le service rédaction et le service publicité ;
- *Jeune presse 1991* : les journalistes, jeunes lycéens, acceptent de respecter une éthique mais refusent tout contrôle sur leurs journaux notamment dans les établissements scolaires ;
- *Le Monde* : la rédaction s'en tient aux usages internes sans estimer nécessaire de les enfermer dans un cadre institutionnel ;
- La charte Presse quotidienne régionale : règles et usages.

Elle proclame que la liberté d'expression doit s'exercer à travers une pratique guidée par une déontologie. Elle rappelle quelques principes essentiels : exigence du sérieux et de la rigueur, respect de la personne.

Le journaliste doit veiller à la véracité de l'information, à la prudence et à l'équité dans l'expression. Il ne faut pas se substituer à la justice : informer sans condamner.

En dépit de toutes ces chartes, force est de reconnaître que les manquements aux règles de conduite énoncées sont nombreuses, voire en augmentation. Ce constat amène à s'interroger sur les causes de leur inefficacité. Est-ce imputable à une absence de cadre juridique contraignant, assorti de sanctions opposables aux entreprises de presse et à leurs salariés ou s'agit-il des effets de l'exacerbation de logiques commerciales concurrentielles ? D'autres causes pourraient être évoquées.

3. Les médiateurs

De nombreux journaux s'inspirant de la nécessité d'une déontologie et de tenir compte des aspirations des lecteurs ont désigné un « *Médiateur* ».

L'idée d'un médiateur est née en 1913, aux Etats-Unis, quand Pulitzer crée un bureau d'exactitude et d'équité pour recevoir les plaintes adressées au *World*, son quotidien de l'Etat de New York mais il a fallu attendre 1967 pour que soit nommé le premier médiateur. *Ombudsman* ou *Leader Representative*, le médiateur a été désigné par certains grands médias d'Amérique du Nord. On en dénombrerait 37 en 1995 dont le *Washington post*, *Chicago tribune*, *le Boston globe*, *le Voice of america*, *Le GBC (Radio Canada)*.

En revanche, on en recense très peu en Europe. Il en existe en Espagne où « *El País* » a désigné un « défenseur du lecteur » et en France auprès du journal *Le Monde* depuis 1992. Dans ce quotidien national, André Laurens, Thomas Ferenczy et maintenant Robert Solé se sont succédé dans leurs rendez-vous du samedi pour donner à leurs lecteurs la possibilité d'exprimer leurs critiques et leurs observations sur la façon dont le journal avait traité l'information. La chronique hebdomadaire du médiateur est la seule qui ne soit pas relue et échappe ainsi à tout contrôle de la rédaction.

Le médiateur du *Progrès* répond par lettre et au téléphone mais n'offre pas ses colonnes aux mécontents et ne dispose lui-même d'aucune expression rédactionnelle dans le journal.

De leur côté France 2 depuis septembre 1998 et France 3 deux mois plus tard, dans leurs émissions respectives « *Hebdo du médiateur* » et « *On se dit tout* » donnent l'antenne aux téléspectateurs qui souhaitent exprimer leurs griefs sur les émissions de la semaine. Noël Copin se prête au même jeu avec les auditeurs de RFI.

La désignation d'un médiateur témoigne de la volonté de servir le public en lui permettant d'accéder à une information de qualité. Le but à atteindre est essentiellement d'accroître l'auditoire. Il s'agit d'une démarche pragmatique.

La charge est en général assumée par un journaliste qui est un salarié du journal. Il faut évidemment qu'il s'agisse d'une personnalité respectée par ses pairs. Il reçoit les plaintes du public sur l'exactitude, l'impartialité, l'équilibre de l'information. Il est l'avocat du public auprès de la rédaction et l'avocat des journalistes auprès du public.

Son rôle est surtout un rôle d'observateur indépendant, objectif et crédible « *le médiateur a pour tâche de faire comprendre au lecteur comment travaillent les journalistes, pourquoi il leur arrive de se tromper, quelles difficultés ils rencontrent dans l'exercice de leur métier non pour les excuser mais pour éviter malentendu et procès d'intention* » (Thomas Ferenczy).

Une « *Organization of news ombudsman* » a été créée en 1981 et a rassemblé environ dix pays.

Sur *Radio-Canada*, une émission mensuelle de vingt minutes sur la chaîne d'information continue de langue française est très populaire.

Le recul est suffisant pour jeter un premier regard sur l'expérience du médiateur. C'est presque toujours un journaliste qui appartient ou a appartenu au média qui le choisit. Le niveau d'indépendance est évidemment fonction des clauses du contrat, de sa durée et de la possibilité de le renouveler. Au journal *Le Monde*, la durée est de deux ans, non renouvelable, ce qui garantit une réelle

indépendance ; au *Washington Post* deux ans renouvelable deux fois ; à *Radio Canada* quatre ans non renouvelable.

Les journalistes ont manifesté tout d'abord quelque inquiétude, craignant qu'il puisse s'agir là d'une atteinte à la liberté d'expression et d'un début de censure. Certains, comme Thomas Ferenczi, ont pensé que cette institution pouvait avoir un effet inhibant sur la rédaction.

Parallèlement, il peut être considéré par le lecteur ou le téléspectateur comme un élément de relation publique au service de l'entreprise de médias.

Pour remplir efficacement sa mission, le médiateur doit faire preuve de pédagogie, vérifier le travail du journaliste, savoir rassurer le public quant à son indépendance et savoir écarter les soupçons de manipulation.

Il correspond certainement à un progrès dans les rapports entre le média et le public. Pour autant, il ne peut évidemment, en l'état actuel des choses, correspondre à une autorité disposant d'un pouvoir décisionnaire. Il est seulement, comme son nom l'indique, une personne dont les qualités sont reconnues et qui cherche à expliquer et à concilier.

4. Conclusion

Pour conclure sur ces développements, il faut noter la prise de conscience des médias qui manifestent une très louable intention de garantir une fidélité à l'égard des normes morales qui doivent inspirer l'activité du journaliste.

En même temps, plus la profession pourra faire la démonstration de ses exigences déontologiques, plus elle pourra être elle-même protégée dans l'exercice de son activité et tout particulièrement, pour citer un exemple parmi d'autres - mais il est essentiel - dans la garantie du secret des sources.

Pour autant, il paraît difficile de parler d'une véritable déontologie dans la mesure où les manquements ne sont soumis à aucune sanction. Certes, ils peuvent être invoqués dans le cadre de la rupture d'un contrat de travail, mais cette seule menace n'est peut-être pas suffisante et elle ne peut peser sur le responsable financier de l'entreprise.

On peut s'interroger sur le point de savoir s'il est une véritable déontologie sans sanction.

Une question peut aussi se poser à ce sujet. Afin d'être reconnus dans l'intégralité de leurs droits et prérogatives, de voir organiser l'accès aux documents et aux sources, mais aussi organiser le respect d'une déontologie émanant des journalistes eux-mêmes, ne pourrait-on envisager la création d'un ordre ou tout au moins d'un organisme institutionnel qui assumerait ses fonctions sans en prendre le nom ?¹

L'accès aux sources se révèle de plus en plus difficile auprès des administrations qui, prétextant différents secrets et procédant à des amalgames, semblent souvent refuser des communications à la presse. Quant au secret des sources, il a certes été théoriquement consacré par la loi du 4 janvier 1993 dont

¹ La connotation péjorative de la terminologie vient de son assimilation à la création sous le gouvernement de Vichy de l'ordre des médecins alors que la structure ordinaire est bien plus ancienne.

l'article 55 précise que : « *les perquisitions dans les locaux d'une entreprise de presse ou de communication audiovisuelle, ne peuvent être effectuées que par un magistrat qui veille à ce que les investigations conduites ne portent pas atteinte au libre exercice de la profession des journalistes et ne constituent pas un obstacle ou n'entraînent pas un retard injustifié à la diffusion de l'information* ». Parallèlement, le nouvel article 109 du code de procédure pénale déclare que « *tout journaliste entendu comme témoin sur des informations recueillies dans l'exercice de son activité est libre de ne pas en révéler l'origine* ».

Sur le plan pratique, les commentaires des auteurs et la jurisprudence montrent que ces dispositions sont d'une efficacité relative. Cependant, il est difficile de penser que les journalistes puissent arriver à une systématisation de ce secret sans que des garanties soient apportées par l'organisme auxquels ils appartiennent. Le Professeur Deriche écrit à ce sujet : « *parmi d'autres, la question du secret professionnel des journalistes... fournit une illustration du caractère fort limité de l'éthique ou déontologie journalistique, en l'absence de toute véritable formulation de tels principes et de l'inexistence de toute instance ou institution professionnelle compétente pour dégager ces principes et en assurer le contrôle et le respect... pas plus que cette juridiction de ses pairs, aucune autre instance de ce type n'a non plus été créée, en France, pour garantir le respect des droits et des devoirs du journaliste dans l'exercice de sa profession... Là encore, l'accord entre les diverses catégories professionnelles - d'employeurs et de journalistes - et la création d'institutions de contrôle constitueraient un préalable nécessaire* ».¹

Les journalistes jusqu'ici paraissaient hostiles, craignant de voir leurs libertés altérées par une caste de mandarins dont ils redoutent ainsi la constitution.

Il semble toutefois qu'un mouvement d'opinion se dessine en faveur d'une telle idée. Lors de l'émission le « *vrai journal* » de Karl Zéro du dimanche 31 janvier 1999 à laquelle il a été fait allusion ci-dessus, le journaliste Pierre Hurel présentant « *le bidonnage* » ne déclarait-il pas spontanément, après le rappel de quelques dérives, qu'on ne pouvait pas rester passif et que peut-être la constitution d'un ordre pouvait être envisagée ? Le Syndicat national des journalistes n'a pas toujours été hostile à la création d'une juridiction spécifique. C'est ainsi que le code de bonne conduite dans sa rédaction de 1938 prévoyait : « *le journaliste ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel* ». C'est au demeurant le propre d'un ordre. Régulièrement, il est tiré argument de ce que la majorité des ordres sont nés sous Vichy. Il faut seulement rappeler que l'Ordre des avocats a quelque six siècles d'existence et que c'est probablement grâce à lui qu'une profession où l'indépendance est sans doute aussi difficile à sauvegarder, a pu traverser les âges en protégeant son autonomie à l'égard des pouvoirs politiques et financiers.

Il n'est pas inutile de rappeler ce qu'Albert Camus répondait au journal *Le Monde* en 1957 : « *J'ai toujours regretté qu'il n'existe pas un Ordre des journalistes qui veillerait à défendre la liberté de la profession et les devoirs que cette liberté comporte nécessairement* ».

¹ Emmanuel Deriche – Droit de la communication LGDJ 1999.

Aucune solution n'est évidemment parfaite, et quelles que soient les institutions, les dérives ne peuvent jamais être complètement évitées. Mais il s'agit peut-être là d'un axe de réflexion qui mériterait d'être à nouveau exploré.

D - LA FORMATION

Si l'importance croissante des médias et leur influence imposent une référence à la déontologie, elles doivent également conduire à porter une attention prioritaire à la formation. Certes, formation des journalistes d'abord ; mais aussi formation du public à qui doit être appris le langage de l'image, à qui on doit montrer sa relativité et la nécessité de savoir s'en protéger.

1. La formation des journalistes

1.1. La fonction sociale des journalistes

Le rôle des journalistes et leur responsabilité sociale seront de plus en plus essentiels dans l'information du citoyen et le maintien de la démocratie.

Dominique Wolton, répondant à Didier Adès, déclarait¹ « *avec Internet... n'importe quelle information peut faire le tour du monde en 20 secondes...* » Cette rapidité, cette transparence de la transmission des informations paraissent être conformes à l'idéal démocratique explique-t-il. Mais, il ajoute : « *on s'aperçoit qu'il y a de vrais problèmes culturels, que la démocratie ce n'est pas forcément de tout mettre, tout sur le Web, ce n'est pas forcément de mettre toutes les informations accessibles par tout le monde. Pourquoi ? Pour deux raisons : la première c'est qu'il y a un problème de compétence. Tout le monde ne peut pas comprendre l'ensemble des interventions économiques, financières, militaires, stratégiques. On est obligé de passer par le filtre d'un professeur ou d'un documentaliste ou d'un journaliste pour comprendre un certain nombre de choses... Deuxième contrainte, c'est que si ce système Internet sur le plan technique est formidable puisqu'il permet de tout diffuser, la question qui est posée c'est qui contrôle la véracité des informations... Il faut qu'il y ait des professionnels qui s'appellent des journalistes dont le seul métier est de vérifier la qualité et la justesse des informations... La démocratie, aujourd'hui, ce n'est pas l'absence d'intermédiaires, c'est au contraire de restituer et de revaloriser le rôle des intermédiaires, c'est-à-dire des journalistes, des hommes politiques, de tous ceux qui permettent de filtrer l'accès et l'interprétation et la connaissance du monde* ». Il souligne enfin que, lors de l'affaire Clinton, les journalistes ne se sont pas rendu compte qu'ils « *abandonnaient leur fonction de journaliste en se transformant en simples transmetteurs. Transmettre, ce n'est pas exercer une fonction d'information parce que, pour transmettre de l'information, il faut l'avoir construite... Cela veut dire que cette fonction de tri, de hiérarchisation de l'information, de sélection de l'information, d'organisation de l'information, est une fonction essentielle et qui fait la grandeur du métier de journaliste* ».

On ne pouvait mieux expliquer combien, compte tenu du rôle social prééminent que doit remplir le journaliste, une déontologie, d'abord, et cela a été précédemment évoqué, mais aussi une formation bien adaptée, sont nécessaires.

¹ Emission France Inter « *Rue des entrepreneurs* » du 9 janvier 1999.

La rapidité de la transmission impose à ceux qui devront en assumer la responsabilité une compétence, une rigueur particulière, et aussi une formation efficace tant sur le plan de la culture générale que sur celui de techniques spécialisées.

1.2. Des compétences souvent acquises par la pratique

Il faut noter qu'en dépit de l'absence de formation spécifique 52 % des jeunes journalistes (moins de 31 ans) sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur. Parmi ceux-ci plus de la moitié d'entre eux possèdent une maîtrise. Les cursus sont variés : les sciences humaines viennent en premier lieu, puis le droit, les sciences politiques, les lettres, le journalisme, les sciences de l'information et de la communication et enfin les sciences et techniques.

Des actions de formation continue organisées en liaison avec l'entreprise devraient permettre une actualisation des connaissances, en particulier juridiques, et une mise à niveau des nouvelles techniques de communication.

On peut donc considérer que majoritairement les journalistes disposent d'une formation initiale et générale solide mais qu'ils acquièrent leur métier sur le terrain. Ce métier est multiple et diversifié. Il y a peu de points communs entre le « rubriquard » de politique générale, le pigiste des faits divers, le reporter photographe des grands conflits ou encore le spécialiste du droit du travail. Chacun d'entre eux nécessite des compétences et des connaissances spécifiques. En outre, la compréhension du milieu et le carnet d'adresses s'acquièrent et se constituent sur le terrain au fil du temps. C'est pourquoi le nombre de journalistes formé sur le tas est important. Cependant, on peut regretter que les techniques journalistiques (analyse, synthèse, mise en perspective, déontologie...) et le droit qui semblent être les connaissances minimales de base ne soient pas obligatoirement vérifiés au moment de la délivrance de la carte de journaliste professionnel. Ce dernier qualificatif justifierait cette exigence et améliorerait les relations avec le monde économique et social qui ressent le plus grand malaise à la lecture ou à l'écoute d'articles ou d'émissions pouvant contenir des inexactitudes.

S'agissant de la formation professionnelle, selon les chiffres donnés par le Professeur Michel Mathien¹ et confirmés par M. Claude Furet, directeur du Centre de perfectionnement des journalistes, 15 % seulement des journalistes sont issus d'écoles ou de centres de formation professionnelle, 75 % d'entre eux ne suivent aucune action de formation permanente. « *L'information des Français* - écrit Claude Furet - *dépend de professionnels très peu formés. Et, loin de s'améliorer, la situation s'aggrave encore. Alors qu'il y a une vingtaine d'années, 25 % des journalistes sortaient d'une école de journalisme, il ne sont plus aujourd'hui que 15 %* ». Il faut rapprocher cette situation de celle des salariés des autres secteurs, dont 30 % en moyenne suivent une formation continue, ce pourcentage s'élevant à environ 50 % pour les cadres. « *Les journalistes français figurent donc parmi les professionnels les moins formés et les moins perfectionnés de notre pays* ».

¹ Michel Mathien « *Les journalistes* » Que sais-je n° 2976, PUF, juillet 1995.

Le Professeur Mathien a pu écrire, constatant cette insuffisance de formation : « *la couverture des crises internationales récentes a mis en relief des carences dans ce domaine : méconnaissance des problèmes de géostratégie, de sécurité, de défense, de problèmes militaires, de l'histoire, des religions, de la diversité des populations, de la réalité et de l'importance des « nuances » etc. L'éthique des journalistes et des médias ne saurait donc être dissociée de la connaissance sans cesse renouvelée des êtres et des choses* ».

1.3. *Les centres de formation*

Ces centres se sont peu à peu développés. Les établissements reconnus figurent dans les versions successives de la convention collective : l'Ecole supérieure du journalisme de Lille, la plus ancienne, créée en 1924, le Centre de formation des journalistes de Paris, en 1946, puis le Centre universitaire d'enseignement du journalisme au sein de l'université de Strasbourg, en 1957, et les départements du journalisme des Instituts universitaires de technologie de Bordeaux et de Toulon, en 1968. Viennent ensuite la filière journalisme de l'université de Paris IV, le Centre transméditerranéen de communication de l'université d'Aix-Marseille et l'Institut professionnel du journalisme de Paris.

Des formations internes aux entreprises ont également été organisées. C'est le cas de l'Académie pour la presse magazine, créée par le groupe Prisma presse (*Çà m'intéresse - Prima - Femme actuelle - Télé Loisirs - Voici - Média cuisine - Capital - Gala*).

Nombre d'associations professionnelles spécialisées et syndicats s'investissent dans la formation et permettent aux journalistes d'acquérir les compétences nécessaires dans les rubriques dont ils sont chargés.

Ouest France et *France 3* proposent des formations internes. De son côté, le Centre de perfectionnement des journalistes organise des stages interentreprises de un à cinq jours dans divers domaines (droit de la presse - droit de l'image - droit de l'internet et du multimédia, etc.) , des interventions et des stages dans les entreprises, des conférences de spécialistes du droit de la communication. Il édite également différents ouvrages.

La question se pose de savoir si les pouvoirs publics doivent s'engager dans une politique incitative ou obligatoire de formation. Il paraît en tout cas nécessaire d'inciter les entreprises à organiser des actions de formation continue.

2. La formation du public

Parallèlement, il est évident qu'il y a lieu d'assurer la formation du lecteur, de l'auditeur ou du téléspectateur.

2.1. *Apprendre à « lire l'image »*

A cet égard, on ne saurait trop souligner les potentialités culturelles offertes par le magnétoscope. Il permet, en quelque sorte, une forme de « lecture rapide ». On peut, comme on apprend à lire en diagonale, visionner un document en passant en accéléré. On disait autrefois qu'il manquait à la télévision la fin de chapitre, la page blanche du livre. Elle existe désormais grâce à cet appareil.

Par ailleurs, sont apparues des émissions qui incitent à une réflexion sur l'image et à son analyse. Elles sont malheureusement trop rares et souvent

méconnues. « Arrêt sur image » sur la *Cinquième* représente une tentative de ce type d'émission. Son promoteur, Daniel Schneidermann utilise une méthode consistant à comparer deux ou plusieurs présentations d'un même évènement par différentes chaînes. Les sujets sur les trois rescapés du massif de la Vanoise en ont fourni une illustration. Sur une chaîne, l'interview avait été coupée au moment où les rescapés se retiraient et où l'un d'eux mécontent d'une question posée en fin d'interview menaçait le journaliste. Sur une autre chaîne, cette séquence avait été conservée. L'impression laissée par les trois hommes était évidemment tout à fait différente selon que l'on avait regardé l'une ou l'autre chaîne. Comme souvent, des enfants d'une classe étaient invités à réagir : il s'agit aussi d'apprendre à déchiffrer l'image.

Aux Etats-Unis, « *Brill's Content* » s'emploie à la même tâche et, ce qui est révélateur, paraît connaître un grand succès de diffusion.

Ce mensuel a été créé aux Etats-Unis pendant l'été 1998, par Steven Brill, un ancien avocat¹. Le magazine cherche à expliciter les pratiques et les méthodes de la presse écrite et audiovisuelle ainsi que celle du Net. Il a presque immédiatement atteint le chiffre de 225 000 ventes par mois. Steven Brill déclare « *nous ne sommes pas seulement là pour attaquer la presse, pour dire ce qui va mal, mais aussi pour expliquer comment les médias travaillent, leurs critères et leurs méthodes* ».

2.2. Il faut aussi apprendre à lire l'image dans le cadre scolaire

C'est ce que le Professeur de Smedt appelle « *l'alphabétisation à l'audiovisuel* »².

Certes, l'informatique a commencé à pénétrer dans le milieu scolaire. Mais il s'est surtout agi de l'utiliser comme moyen d'appréhension de la connaissance et du savoir. Différentes expériences ont eu lieu dans ce sens.

Beaucoup plus rares paraissent avoir été celles qui ont consisté à apprendre les médias, à apprendre l'image. Ainsi, l'organisation chaque année dans les établissements scolaires de « *la semaine de la presse à l'école* » vise davantage à apprendre, au moyen d'une expérience pratique, comment se fabrique un journal et, par ce biais, à promouvoir la presse, que de procéder à une analyse critique des moyens de communication écrits et audiovisuels.

Il faut toutefois rappeler que nombre d'enseignants et d'établissements n'ont pas attendu des directives ministérielles pour étudier la presse écrite et audiovisuelle et leurs langages spécifiques. De même, le milieu associatif, dans le cadre des centres de loisirs et colonies de vacances, a développé des actions similaires. Il conviendrait sans doute d'évaluer ces expériences et d'en proposer l'extension, voire leur intégration dans les programmes scolaires. Ceci suppose que soient dégagés les moyens matériels nécessaires et que les enseignants puissent bénéficier d'une formation adaptée.

Alain Gérard, dans le rapport qui avait été demandé le 12 novembre 1996 par le Premier ministre, sur le multimédia et les réseaux dans l'éducation, écrivait : « *tous les savoirs liés à la recherche de l'information, à l'exercice du*

¹ « *L'évènement* » 31 décembre 1998.

² « *L'école et les médias - Pour une éducation à la citoyenneté* », Editions MédiasPouvoirs.

sens critique dans cette démarche, à la maîtrise des différents niveaux d'abstraction des documents obtenus, à l'apprentissage de la lecture de l'image... doivent être enseignés dans l'enseignement secondaire ».

Il faut aussi apprendre à opérer un recul par rapport à l'image. Comme l'écrit le Professeur de Smedt « *nous approchons aussi dans les images, des situations particulières plutôt que des éléments conceptuels. Notre connaissance est ainsi de l'ordre du particulier. Cela induit des processus de pensée qui sont souvent d'ailleurs, dans nombre de théories, rapprochés ou assimilés aux rêves ou à la logique de l'inconscient. Nous sommes donc plongés dans un état « spectatorial » où nous vivons une participation numérique dans laquelle notre désir, nos investissements libidinaux, se déploient avec facilité. Nous y perdons notre ancrage dans la réalité, l'ici et le maintenant, pour vivre quelques instants dans la réalité filmique* »¹.

Il faut enseigner aux élèves et aux collégiens quels sont les procédés d'élaboration de l'image, la puissance avec laquelle elle peut avoir une influence sur notre psychisme, et aussi le fait qu'il ne peut y avoir d'objectivité absolue. « *Qui fait profession d'observer les professions et les hommes les voit à travers un prisme qui reflète et qui recompose la réalité. L'objectivité consiste à annoncer la couleur du verre et à décrire le format du prisme* »².

Cette relativité, cette prudence dans l'observation, cette permanence dans la réserve et en même temps dans la tolérance avec laquelle l'évènement et sa perception par l'image doivent être reçus, constituent une constante psychologique dont l'homme doit sans doute être imprégné dès son enfance.

Il semble que des efforts considérables doivent être faits pour qu'un enseignement spécifique soit dispensé dans le secondaire, voire dès le primaire.

Une commission ayant pour tâche de définir l'introduction de l'éducation aux médias dans le programme scolaire de la Belgique francophone suggérait les rubriques suivantes : les langages - les publics - les représentations - les technologies - les typologies - la production.

Des initiatives ont été prises dans les académies de Bordeaux, de Montpellier, de Versailles mais, ainsi que rappelé ci-dessus, il s'agissait plus de l'utilisation des médias comme mode d'enseignement que d'une étude sur les médias.

¹ De Smet « *L'école et les médias* », op. cit.

² Maurice Duverger « *L'autre côté des choses* », Albin Michel 1977.

TITRE IV

BREF REGARD SUR L'ÉTRANGER

Les pays étrangers de tradition démocratique se trouvent confrontés dans des termes comparables à ceux de la France à la nécessité de concilier, en vue d'un juste équilibre, la liberté d'expression de la presse, qui garantit le droit à l'information, et le respect de droits, non moins fondamentaux, du citoyen.

Il est évident que dans les pays de tradition non démocratique la presse est muselée et ne se pose pas le problème de la recherche d'un équilibre puisque la liberté d'expression n'existe pas. D'ailleurs, Noël Copin rappelle que 600 journalistes en dix ans ont trouvé la mort dans ces pays, un tribu lourd ayant été payé au Rwanda et en Algérie.

Indépendamment du droit positif particulier à chaque pays occidental tendant à assurer la liberté d'expression de l'opinion et la protection du citoyen, de nombreuses démocraties avancées ont engagé une réflexion sur une éthique des professions de la presse.

Ainsi ont été adoptés en Europe, aux Etats-Unis et un peu partout dans le monde des codes de bonne conduite généralement reconnus et acceptés par la profession, qui portent parfois le nom de chartes, de code de l'honneur ou de déclaration de principes. Nés au début du vingtième siècle sous la pression de mouvements qui dénonçaient les abus du capitalisme notamment dans la presse, ces codes sont apparus dans les années qui ont suivi la deuxième guerre mondiale.

Ainsi il en existe en Norvège, en Afrique du Sud, au Canada, au Chili, au Japon, aux Etats-Unis et en Europe... On en trouve aussi dans les pays du tiers monde, leur orientation n'est pas nécessairement tout à fait la même.

L'Italie, c'est une singularité, a institué un Ordre des journalistes amené à contrôler l'entrée dans la profession et à statuer en formation disciplinaire.

Le droit et la déontologie ne sont pas deux domaines en opposition, ils s'enchevêtrent l'un l'autre. Certains actes sont condamnés à la fois par le droit et par la déontologie.

Un bref regard sur l'étranger paraissait intéressant pour éclairer le thème de ce rapport et les suggestions qui peuvent en résulter.

1. Aux Etats-Unis

La Constitution fédérale de 1787 à laquelle s'ajoute le *Bill of Rights* de 1791 est la clé de voûte du système législatif, auxquels les jugements rendus par les tribunaux se réfèrent constamment ; elle représente la loi fondamentale, fondatrice de l'ordre juridique et social américain, en ce qu'elle constitue la norme supérieure à toutes les autres normes.

Les Américains consacrent la liberté d'expression dans le premier amendement de leur constitution, ce qui témoigne de son importance.

Ce texte présente quelques similitudes avec l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 lorsqu'il déclare : « *tout individu a droit à la liberté d'opinion ou d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir, de répandre sans considération de frontière les informations et les idées, par quelque moyen d'expression que ce soit* ».

Le sixième amendement de la Constitution consacre de son côté, le droit à un procès juste et équitable, qui implique le droit à un procès rapide et public et à un jugement rendu par un jury totalement impartial.

On remarquera immédiatement les antagonismes qui peuvent exister entre le souci d'une justice sereine et indépendante de toutes influences d'une part, et l'intervention des médias d'autre part.

la liberté d'expression suppose, en outre, que les médias aient accès à l'information. Plusieurs textes garantissent cette liberté d'accès aux sources :

- *la Freedom of Information Act* de 1967 permet à chaque citoyen l'accès aux archives des organismes fédéraux ;
- *les Open Records Laws* ainsi que *les Open Meeting Laws* adoptées dès 1970 permettent respectivement aux journalistes, d'ouvrir les archives publiques et d'assister aux réunions d'organismes publics ;
- *le Government in Sunshine Act* de 1977 prévoit l'exercice de ce droit au niveau fédéral.

Les Etats-Unis se sont également préoccupés de garantir le pluralisme des médias, qui est l'une des garanties de l'indépendance de l'information. Les lois anti-trusts ne sont néanmoins pas envisagées par le premier amendement. Le phénomène de concentration du pouvoir économique est ancien mais tend à s'accélérer depuis les années 1970 essentiellement en raison de la déréglementation, de l'expansion de ce secteur ainsi que de la nécessité d'investissements très lourds. Au début des années 1990 la plupart des grands médias se trouvaient concentrés entre les mains d'une vingtaine seulement de grosses sociétés.

Dans le domaine de la presse écrite, le gouvernement s'est toujours montré réticent à adopter des lois anti-trusts tant que les entreprises de presse ne procédaient pas à l'acquisition de concurrents directs. *Le Newspaper preservation act* de 1970 permet à deux journaux de mettre en commun tous leurs services excepté la rédaction, si cela peut éviter la faillite de l'un des deux. La concentration est cependant moins forte si on la compare par exemple à l'Australie où Rupert Murdoch contrôle plus de 60 % de la diffusion des quotidiens.

En ce qui concerne les médias électroniques depuis le début des années 1990, on évalue environ à 90 %, les stations VHF des cent plus gros marchés, qui appartiennent à des groupes.

Quant au câble, il ne connaît aucune restriction. En 1995, trois groupes de réseaux contrôlaient plus de la moitié du marché.

Il faut signaler au sein des médias des Etats-Unis une pratique de prise de participation croisée entre les concurrents.

Par ailleurs, afin de parvenir à la création des « autoroutes de l'information », le gouvernement américain néglige les lois anti-trusts et favorise la déréglementation.

La *Federal communication commission* créée en 1934 est toutefois chargée de réguler la communication audiovisuelle. Il s'agit d'une grande agence qui contrôle toutes les communications électroniques non gouvernementales. En cas

de violation de ses règles elle peut procéder à « des demandes d'explication », prononcer des mises en demeure et même retirer la licence.

Chargée de veiller à ce que les titulaires d'une licence d'émettre sur les ondes, servent « *l'intérêt, la commodité ou les besoins du public* », la FCC paraît s'être enlisée dans un fonctionnement bureaucratique et n'a pas su faire respecter ses règles. Aucune licence n'a jamais été retirée à une station de radio de sa propre initiative.

Il faut reconnaître que l'application du *Privacy Act* de 1974, qui assure la protection de la vie privée au niveau fédéral pose peu de difficultés aux médias.

La loi sur la diffamation apporte, certes une limite plus contraignante à la liberté de parole. Mais aux Etats-Unis, à l'inverse de nos lois sur la presse, l'auteur des propos diffamatoires n'est pas présumé de mauvaise foi ; c'est au plaignant de démontrer la mauvaise foi de celui-ci. Ce régime apparaît, dans ces conditions, plus libéral pour le journaliste américain.

En 1964, la Cour suprême dans une affaire New York Times/Sullivan a exigé d'une personne publique qui s'estimait diffamée, qu'elle rapporte la preuve de l'intention malveillante du journaliste. Cette jurisprudence a été confirmée par la suite.

Les tribunaux fédéraux sont également amenés à restreindre le pouvoir des médias, en ce qui concerne l'opposition entre le droit d'expression et le droit à un procès juste et équitable. *A priori*, la présence de la presse dans l'enceinte de la justice, est un élément de garantie de la liberté d'information. Mais l'expérience tend à prouver qu'elle peut compromettre la sérénité et l'impartialité des débats. Certaines pratiques portent une atteinte directe aux droits de l'accusé à un procès juste et équitable :

- la présence des caméras modifie les comportements des personnes appelées à témoigner, en transformant souvent leur témoignage en un show télévisé ;
- la retransmission des débats fait perdre au juge en partie le contrôle de son audience ;
- la présence des médias risque également d'introduire une logique commerciale dans le procès dans la mesure où certains témoins à charge ou à décharge peuvent vendre leur témoignage aux chaînes de télévision.

On rappellera que dans l'affaire O. J. Simpson, accusé du meurtre de sa femme et de l'amant de celle-ci, un témoin a vendu son témoignage 12 000 dollars US aux chaînes de télévision et aux journaux avant de témoigner.

Que dire également de cette pratique des « *shadows jury* » ou jury parallèles qui sont constitués par la presse afin de juger en parallèle avec le jury officiel ? En réalité la presse influence directement le déroulement du procès, au lieu d'en assurer la transparence.

Afin d'apporter les limites nécessaires à la liberté d'expression, les juges disposent aux Etats-Unis de certains moyens de procédure originaux.

- « *La séquestration* »

Cette mesure de confinement des membres du jury permet de les éloigner de l'influence des médias qui pourrait nuire à leur impartialité.

Il en a été très longuement question dans l'affaire O. J. Simpson, précitée où les jurés ont été « séquestrés » durant 260 jours pendant lesquels un droit de visite des familles (deux visites hebdomadaires) leur a été accordé. Ce véritable « emprisonnement » du jury a provoqué un ressentiment à l'égard de l'accusé, ce qui était exactement l'inverse du but recherché.

- *Le change of venue*

Cette procédure permet de juger un accusé dans un lieu différent de celui où le crime a été commis, afin de diminuer la pression médiatique.

- *Le postponement*

Il permet de retarder le procès dans l'attente d'un retour à la sérénité.

- *Le gag order*

Cette disposition, dont la traduction signifie « ordre de bâillon » permet au juge d'imposer aux avocats le silence sur une affaire dont ils sont saisis.

Ce moyen de procédure original s'étant révélé parfois inopérant, des mesures ont été adoptées afin de contraindre les avocats à se plier à certaines obligations déontologiques afin de gommer la contradiction apparente entre le premier et le sixième amendement de la constitution. La jurisprudence des tribunaux fédéraux s'efforce de lever ces contradictions entre le droit de l'accusé à un procès équitable, conduit par des juges indépendants et le droit du public d'être informé.

Dans une affaire Shepard contre Maxwell, la Cour suprême des Etats-Unis, en 1996, a infirmé un jugement qui condamnait M. Shepard en raison du meurtre de sa femme. La médiatisation du procès avait été telle que l'accusé qui n'arrivait même pas à communiquer avec son avocat lors des débats, avait été privé de son droit à un procès juste et équitable. Toute la presse à l'unisson l'avait présenté, avant même son arrestation, comme le coupable certain.

A la suite des débordements engendrés par le procès d'O. J. Simpson en 1995, l'état de Californie a adopté une loi interdisant à des témoins potentiels dans une procédure criminelle de vendre leur récit aux médias. Mais le tribunal fédéral de Californie l'a jugée inconstitutionnelle considérant qu'elle violait le premier amendement.

En 1977, l'Etat de New York adoptait une loi intitulée « *son of Sam Law* », prévoyant la mise sous séquestre des droits d'auteur ou des produits de la vente tirés de livres se rapportant au crime de l'accusé. Une fois placées sous séquestre, les sommes réunies devaient permettre le règlement des indemnités à la victime. Cependant, la cour suprême fédérale a déclaré en 1991 cette loi contraire au premier amendement, ce qui a conduit à sa révision, de telle sorte qu'un condamné peut désormais publier sans aucune restriction, à la condition expresse que le sujet traité ne soit jamais le crime, pour lequel il vient d'être condamné.

Il ressort de ces brefs développements que l'équilibre entre la liberté d'expression et la protection du citoyen est laissé à l'appréciation du juge qui statue en fonction des circonstances de l'espèce, sous le contrôle de la cour suprême des Etats-Unis.

Cet équilibre recherché, par la loi et les tribunaux, a développé une déontologie des journalistes. Les Etats-Unis ont adopté dès 1926 une premier code éthique, qui a été depuis régulièrement amendé. Ce code proclame l'intérêt du public à connaître la vérité, comme le but ultime du journalisme. On y retrouve des mesures propres à assurer l'indépendance du journaliste à l'égard d'éventuelles tentatives de corruption. Le journaliste est notamment invité à refuser les activités politiques et les postes électifs qui peuvent compromettre son intégrité. Il est investi d'un devoir d'investigation dans les affaires publiques. L'objectivité lui est recommandée, ainsi que la pratique d'une distinction claire entre information et expression des opinions.

Les règles de conduite interdisent aux médias de faire circuler des accusations autres que des inculpations officielles, sans donner aux personnes une possibilité de réponse. Les médias doivent respecter la vie privée des personnes.

Un code NAB a été adopté en 1929, amendé en 1982, déclaré contraire aux lois anti-trusts et remplacé par une déclaration de principe. Ce code rappelle la vocation éducative de la télévision qui pénètre dans les foyers et renforce le sens de la responsabilité à l'égard des enfants.

L'Associated press managing editors (APME) est un grand organisme représentatif de la presse. Elle a élaboré son propre code inspiré par un profond souci de responsabilité sociale. Ce code qui reprend les principes classiques se distingue en ce qu'il invite le journal à indiquer ses sources d'information. Ces principes ont une vocation purement incitative et sont dépourvus de sanctions.

2. En Grande-Bretagne

Les Britanniques, conformément à leur tradition, estiment pouvoir faire l'économie d'un encadrement légal pour régler les délicates questions relatives à la protection du citoyen face au pouvoir des médias. La liberté de la presse en Grande-Bretagne ne comporte donc pas de protection constitutionnelle et il n'existe aucune loi générale garantissant la liberté d'expression qui repose essentiellement sur la tradition.

De son côté, la protection de la vie privée n'est toujours pas reconnue par la loi anglaise en dépit de différentes tentatives. Les Britanniques semblent considérer que la définition même de la vie privée poserait des problèmes absolument insurmontables en droit et préconisent à ce titre, l'autocensure des journalistes, ainsi que l'autorégulation par le jeu du marché.

Le droit anglais semble peu enclin à reconnaître la vie privée comme une valeur juridique indépendante. Un rapport rédigé par un juriste à la demande du ministre de l'Intérieur de l'époque, et déposé en 1990, estimait qu'il fallait laisser à la presse, un sursis avant de créer un véritable tribunal chargé de juger les pratiques portant gravement atteinte à la vie privée.

La PCC intronisée en 1991, règle les différends en mettant directement en relation la presse avec les citoyens plaignants. Son efficacité relative peut être imputée à son mode de financement, puisque celui-ci dépend des éditeurs de journaux.

La tradition britannique, permit jadis au *Times* d'être le premier grand journal du monde, le mieux informé et le plus indépendant. Elle permit également à la BBC de devenir une radio très critique, au développement international.

Cependant cette tradition semble être un vieux souvenir si l'on considère que la Grande-Bretagne est maintenant, avec l'Autriche, le pays le plus souvent condamné pour violation de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme, qui garantit le droit à l'information. Les journalistes qui n'ont d'autres droits que ceux accordés à tous les citoyens, se plaignent désormais d'appartenir au pays dont la presse est la moins libre d'Europe. L'accès à l'information leur paraît insuffisant et sa publication comporte des risques importants.

En l'absence de garanties constitutionnelles, de nombreux textes viennent restreindre la liberté de la presse.

- *L'Official secrets acts*

Adopté en 1911, modifié en 1989, il vise les faits d'espionnage et de trahison. Ce texte interdisait à tout employé de la Couronne de divulguer une quelconque information relative à son emploi. L'utilisation de ce texte par le gouvernement a donné lieu à de nombreuses dérives. Désormais il s'applique uniquement aux forces armées, aux services secrets ainsi qu'aux affaires étrangères.

- *Les Rules of contempt of court*

Elles proclament le droit d'un accusé à un procès équitable et déclarent que les médias ne peuvent rien publier durant la durée du procès. Les journalistes doivent s'abstenir de commentaires sur le comportement des autorités judiciaires, sous peine de graves sanctions.

- *Les Libel laws*

Elles remontent à 1792. Elles représentent les lois sur la diffamation les plus dures du monde occidental ; l'exception de vérité ne pouvant être que très difficilement mise en œuvre.

La réglementation des droits d'auteur permet, de son côté, d'apporter également des limites à la liberté d'information.

Il faut rappeler l'affaire du *Sun* qui avait publié le message de Noël de la Souveraine deux jours avant que celle-ci ne le rende officiel. La Reine a attaqué le journal *Sun* sur le fondement des droits d'auteur afin de lui réclamer des dommages et intérêts. Le journal lui fit savoir non sans humour qu'il n'entendait pas verser à la Couronne des dommages et intérêts estimant « *qu'il payait assez d'impôts pour lui permettre de mener le train de vie auquel elle était habituée* ».

- *Le Criminal evidence act de 1959*

Il permet la saisie par la police de documents auprès d'un journaliste.

- Des mesures de censure à la télévision ont été adoptées par le gouvernement Thatcher dans le cadre du conflit irlandais. Le *Sinn fein* s'est vu interdire l'accès à la télévision. La presse a contourné ces dispositions en montrant les intéressés et en faisant lire leurs textes par un acteur.

Parallèlement aux lois qui restreignent la liberté de la presse l'anoblissement des grands patrons de presse permet habilement au gouvernement d'obtenir le soutien des médias. Il continue à délivrer des titres de « Lords » dans le secteur des médias, tels Lord Hartwell (*Telegraph*), Lord Stevens (*United newspaper*), Lord Bernstein (*ITV*).

La concentration apporte encore une limite importante à la liberté de la presse en Grande-Bretagne puisqu'elle y est plus forte que dans les autres pays d'Europe. Rupert Murdoch, par exemple, détenait en 1997 environ 36 % de la presse quotidienne nationale et plus de 50 % de l'unique serveur de télévision par satellite. Certaines lois anglaises prévoient pourtant qu'en cas de prise de contrôle, quand les deux publications impliquées diffusent ensemble plus de 500 000 exemplaires, celle-ci doit être soumise au ministre du Commerce après avis de la commission des monopoles et fusions. Mais cet avis n'est que consultatif et les lois anti-concentration se trouvent ainsi contournées. En effet, sur 154 prises de contrôle entre 1964 et 1994, seules 31 ont fait l'objet d'un examen par la commission des monopoles qui en a rejeté trois. Il en résulte que trois grands groupes contrôlent les trois quarts de la presse nationale de la semaine et du dimanche. Ce phénomène de concentration forte s'observe également au sein de la presse provinciale.

En matière de radio télévision commerciale, la concentration s'est énormément accrue dans les années 1990. Le gouvernement a supprimé en 1996 toutes les entraves à la fusion des sociétés d'ITV, qui est dominé par trois compagnies : Granada, Carlton et UNM.

Dans le cadre des phénomènes de concentration dans les multimédias on ne manquera pas de citer le *Mirror Group* qui englobe, *The Mirror* et le *Sunday Mirror*, *The People*, le *Sporting life*, le *Newsletter* et en Irlande environ 32 journaux de Midland achetés en 1997. Le même groupe possède également le serveur Live TV en 1995 qui est reçu dans 1,7 million de foyers câblés, et 20 % de Scottisch TV et 19 % de *Press Association*.

En l'absence d'encadrement législatif de la presse en Grande-Bretagne, la population a ressenti la nécessité de moraliser les professions du journalisme. En effet, au cours de l'année 1992 la presse anglaise aura témoigné d'une vitalité toute particulière à l'occasion des scandales qui ont éclaboussé la famille royale. Ainsi ont été publiées des photos de la duchesse d'York dénudée, le récit des déboires conjugaux du couple princier,... Face à ce regain d'énergie de la presse, un consensus général s'est dégagé afin de moraliser ces pratiques. Cependant les Britanniques refusèrent à cette époque la création d'un tribunal chargé de juger les atteintes à la vie privée. Ils continuèrent de préconiser l'autodiscipline par les professions de presse elles-mêmes.

Il faudra attendre l'année 1997 pour que les conditions très particulières dans lesquelles la princesse de Galles trouve la mort entraînent l'annonce d'un

durcissement du code de conduite des médias. Elle aura été suscitée par la vague de plaintes devant la *Press complaints commission* (PCC) ainsi que par les critiques contre le comportement des paparazzi et des tabloïds à cette occasion.

Ainsi en 1998, ce code révisé est publié avec l'aval des patrons de presse et devrait mieux protéger les individus contre le harcèlement des journalistes et des photographes. Mais les autorités britanniques ont fait savoir qu'elles ne souhaitaient toujours pas que sous la pression du public des mesures autoritaires soient adoptées afin de protéger la vie privée. De même, la commission internationale des juristes reste convaincue de l'importance particulière de la liberté d'opinion qui, déclare-t-elle avec lyrisme, est « *le sol essentiel dans lequel ces plantes précieuses, les droits de l'Homme peuvent croître et fleurir* ».

Désormais, la poursuite agressive de personnalités ou la publication de photos prises illégalement seront interdites, les enfants de moins de seize ans ne pourront être ni interrogés ni photographiés, sauf si l'intérêt public le justifie. La vie privée devra être mieux respectée et les intrusions limitées à l'intérêt public ; la protection s'étend aux restaurants et aux lieux de culte. Il restera à déterminer quelle en est la limite, face à l'intérêt public. Les journalistes s'interdisent de recourir à des subterfuges ou à des fausses identités pour obtenir des informations, ils s'interdisent toute rétribution pour la rédaction d'articles et ils garantissent la confidentialité des sources.

3. En Allemagne

La Loi fondamentale qui remplit office de constitution en Allemagne, régit la matière.

L'article 1er en dispose : « *la dignité de l'Homme est inviolable. Le pouvoir public est obligé de la respecter et de la protéger* ».

L'article 2 : « *chacun a droit au libre développement de sa personnalité pourvu qu'il ne porte atteinte aux droits d'autrui, à l'ordre constitutionnel ou à la loi morale* ».

Les Etats fédérés ont également une compétence législative en matière de presse et peuvent définir les droits et les obligations de la presse ; chaque Land dispose d'une loi sur la presse. Il est à noter que l'organisation d'un Etat fédéral allemand depuis 1949 a favorisé l'essor d'une importante presse régionale. Neuf instituts régionaux se sont en outre associés pour former l'*Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten deutchlands* (ARD), ainsi qu'une première chaîne de télévision.

L'opposition fondamentale qui nous occupe apparaît avec l'article 5 qui consacre la liberté d'expression et de la presse en bannissant tout recours à la censure. Il proclame : « *la liberté de presse et la liberté de l'information par la radio et par le film* ».

Les limites apparaissent aussitôt dans le deuxième paragraphe de ce même article : « *ces droits sont limités par les prescriptions des lois générales, dans les dispositions légales sur la protection de la jeunesse et dans le droit au respect de l'honneur personnel* ».

Ces principes généraux trouvent leur traduction dans les codes civil et pénal ainsi que dans la construction jurisprudentielle.

– Le code civil allemand (BGB)

Le BGB proclame parmi les droits sacrés de la personne, le droit au nom, les droits d'auteur, les droits relatifs à la photographie et à l'image personnelle. Il offre certains moyens d'action afin de faire valoir ces droits, tels que les actions en dommages et intérêts, matériels ou immatériels.

– Le code pénal

Celui-ci limite également la liberté de la presse en visant la protection de l'honneur et de la réputation ; viennent ensuite des dispositions relatives à l'insulte, à l'offense, à la calomnie et à la diffamation envers des personnes de la vie politique, la calomnie de la mémoire des défunt, l'incitation du peuple à la haine, l'outrage envers des croyances religieuses ou envers des associations religieuses ou idéologiques.

– La jurisprudence

Elle contribue à fixer également certaines restrictions à la liberté de la presse qui est considérée par les Allemands comme la garantie essentielle d'où découlent tous les autres droits fondamentaux qui permettent le bon fonctionnement de la démocratie. A cette fin, la cour constitutionnelle fédérale souligne l'importance de l'obligation positive de l'Etat de veiller au maintien de la presse libre et de sa diversité. Celle-ci pourrait être menacée par une trop forte concentration et la domination d'une seule entreprise.

Dans le même ordre d'idées, la cour fédérale de justice accorde sa protection à la presse, lorsque celle-ci est menacée par la concurrence de journaux périodiques, distribués gratuitement. Chaque fois que la liberté d'expression ou la liberté de la presse est confrontée à un autre droit fondamental, le respect d'une balance équitable dépend des circonstances particulières à chaque espèce.

Se fondant sur les articles 1 et 2 de la loi fondamentale et sur une interprétation des articles 823-1 du Code civil, la jurisprudence affirme que le « droit général de la personnalité est un autre droit qu'il faut protéger mais qui s'applique différemment selon les individus mais surtout selon la sphère à laquelle il se rapporte. On distingue trois niveaux : la sphère individuelle, la sphère privée qui concerne sa vie privée et familiale et la sphère intime (vie sentimentale...), seule cette dernière bénéficie d'une protection absolue. Un personnage public n'aura pas la même protection qu'un simple citoyen.

Les dispositions qui limitent le droit de la presse sont toujours interprétées restrictivement. Ce mode d'interprétation jurisprudentielle est baptisé « *in dubio pro libertate* ». La jurisprudence n'hésite pas à faire entrer l'appréciation de valeur portées par les journalistes dans la catégorie légale de la « *critique insultante* ». Elle a clairement posé le principe selon lequel la presse « *dispose d'une certaine liberté d'appréciation pour commenter la vie sociale, politique, économique ou tout autre domaine d'intérêt général. Elle peut-être agressive, polémique, satyrique, caricaturale ou moqueuse. Sa marge augmente avec l'intérêt légitime du public d'être informé, elle diminue lorsqu'il s'agit de la sphère intime des personnes* ».

Ainsi, la cour fédérale a considéré comme acceptable qu'une lettre publiée dans la presse relative à l'expulsion imminente d'une famille yougoslave qui

venait de se voir refuser l'asile politique, soit assimilée à des « *méthodes de Gestapo* ». Elle a estimé que cette critique exagérée doit être acceptée dans le cadre des principes dégagés ci-dessus dès lors qu'il s'agit d'un problème d'actualité qui comporte une grande importance pour le public.

Ici encore, la déontologie des journalistes est venue compléter la loi et la jurisprudence. L'éthique de la profession de journaliste est garantie par une association, le Conseil de la presse allemand (Deutsche Presserat), institué par les éditeurs de journaux. Ce conseil a élaboré un code déontologique, *le Press Kodex*, qui comprend seize points. Le préambule rappelle les garanties constitutionnelles de la liberté d'information, de l'expression des opinions et de la critique. Il traite de la responsabilité éthique non juridique et trace les lignes directrices pour le travail journalistique. La vérité reste le devoir absolu de la presse ainsi que la véracité des informations, le respect du secret professionnel, le respect de la vie privée sous réserve de l'intérêt du public dans le cas où le comportement privé d'une personne concerne la protection de la jeunesse. Il précise dans son article 8 : « *La presse respecte la vie privée et l'intimité de l'être humain. Cependant, si le comportement en privé d'une personne affecte les intérêts publics, il peut être évoqué dans la presse. Ce faisant, il convient de vérifier si les droits de la personnalité de tiers non concernés ne sont pas affectés par la publication* ».

Le *Kodex* rappelle la présomption d'innocence et condamne la présentation exagérément sensationnelle d'informations sur des sujets médicaux. Il organise un privilège du rédacteur constitué par le refus de témoigner. Le Presserat, en cas de violation du code, peut prononcer des blâmes qui doivent être reproduits de façon loyale par les organes de presse concernés.

4. En Espagne

Il n'existe pas de loi sur la diffamation qui puisse s'apparenter à celles que nous connaissons dans les pays qui viennent d'être évoqués.

La liberté de la presse est très grande et la tradition veut que les journalistes ne soient pratiquement jamais poursuivis. L'ancien Premier ministre Felipe Gonzalez avait tenté de faire adopter une loi sur la diffamation mais il n'a pas eu le temps de réaliser son projet.

En revanche, le droit espagnol comporte un système de protection civile du droit à l'honneur, à l'intimité personnelle et familiale et à sa propre image, prévu par la loi organique du 5 mai 1982 et permettant à une personne mise en cause indûment de manière publique d'obtenir réparation.

Le pays s'est doté d'une procédure civile d'action en rectification forcée auprès des médias lorsqu'une information inexacte a causé un préjudice à un citoyen (loi organique du 26 mars 1984). Ce dispositif peut être comparé à notre article 9 du code civil protégeant la sphère de la vie privée ainsi que le droit à l'image.

Le secteur public de l'audiovisuel espagnol se distingue également dans le contexte des télévisions européennes par l'absence de redevance. L'audiovisuel est financé à 100 % par les recettes de la publicité ainsi que par les produits de la vente des programmes.

De son côté, la radio bénéficie d'une subvention d'exploitation réaffirmée par la Constitution de 1978.

Le monopole de la RTVE a été battu en brèche en 1983 par le biais de la « *ley del tercer canal* ». Certaines télévisions régionales dénommées « autonomiques » sont apparues et commencent à diffuser en Castille en Catalogne, à Madrid, à Valence, au Pays Basque.

La loi du 5 mai 1988 a mis un terme définitif au monopole en ouvrant le secteur de la télévision aux entreprises privées. La télévision reste un service public placé sous la tutelle de l'Etat mais dont la gestion peut être attribuée à des sociétés privées selon un régime de concession. Il existe actuellement trois sociétés de programmes qui ont été autorisées à émettre. Elles regroupent des investisseurs espagnols et européens : *Gestevision telecinco*, *Antena 3 TV*, *Canal Plus Espagne*.

5. En Suisse

La Suisse possède depuis 1977 un Conseil de la presse qui prend position sur des questions d'éthique professionnelle ou sur des affaires qui portent atteinte à la considération de la profession.

Il existe une déclaration d'intention annexée à son règlement. Les éditeurs de journaux et de périodiques, qui adhèrent à cette déclaration, affirment que l'éthique professionnelle et son application sont inséparables de la politique d'entreprise de l'éditeur. La déclaration des devoirs et des droits des journalistes est complétée par les réflexions du conseil de la presse.

On citera à titre d'exemple une décision du conseil de la presse du 24 janvier 1994 qui constitue une prise de position sur la publication des noms dans les comptes rendus judiciaires. Dans cet avis, le Conseil estime que la protection de la personnalité exige la plus grande retenue dans la publication des noms des personnes impliquées dans une procédure judiciaire.

6. En Italie

L'originalité de la situation italienne repose sur l'existence d'un « *Consiglio del Ordine degli giornalisti* » qui est un ordre des journalistes.

Ce ordre souffre, certes, auprès de l'opinion publique d'avoir été créé sous le régime fasciste de Mussolini. Cependant, si le tableau des journalistes a bien été créé sous ce régime, l'Ordre tel qu'il existe actuellement a été institué en 1963, donc postérieurement à cette période, afin d'éviter précisément que certaines entraves à la liberté de la presse et à l'autonomie des journalistes puissent encore se faire jour dans le nouvel Etat démocratique.

Comme le souligne Gianni Faustini, le président du Conseil national de l'ordre des journalistes italiens, « *il est vrai que le fascisme créa l'ordre des journalistes, mais l'ordre est quelque chose de très différent de ce fameux Tableau ; le premier fut l'instrument de ce régime, l'autre institue l'autogouvernement de sa catégorie, et l'autodiscipline réalisée à travers des organes librement et démocratiquement élus par la profession* ».

L'ordre ne pourrait pas devenir aujourd'hui un instrument de coercition ou de limitation de la liberté d'expression ; les lois italiennes contiennent de nombreux mécanismes de garantie qui purgent ce « vice d'origine ».

Le président du Conseil de l'ordre souligne la contradiction qui existe entre une tendance universelle à réclamer partout l'édification de règles déontologiques précises et le fait de revendiquer dans le même temps l'autorégulation, voire la dérégulation des structures d'organisation des journalistes.

Le Conseil de l'ordre des journalistes italiens se fonde sur une base large qui regroupe en assemblée l'ensemble des journalistes italiens inscrits aux différents tableaux régionaux et interrégionaux. L'assemblée élit pour une durée de trois ans un conseil régional constitué de six journalistes professionnels et de *publicisti* (journalistes ne bénéficiant pas du même statut que les journalistes professionnels) inscrits au tableau depuis au moins cinq ans.

Le conseil national, de son côté, est composé de deux journalistes professionnels et de deux *publicisti* pour chaque ordre régional, élus pour trois ans et qui désigne un président et le bureau. Il dispose de plusieurs commissions permanentes dotées d'un pouvoir consultatif.

Les conseils régionaux contrôlent l'accès à la profession en procédant à l'inscription au tableau professionnel des journalistes, sur demande des intéressés. Ils disposent également d'un pourvoir de surveillance disciplinaire sur l'activité de journaliste, ainsi qu'en matière de contrôle déontologique. Il veille sur « *la conduite et la dignité des inscrits* ». Les conseils régionaux ont pour mission essentielle de procéder à l'inscription des membres de l'ordre et d'assurer le pouvoir disciplinaire, avec la possibilité de prononcer des sanctions. Ces sanctions sont essentiellement l'avertissement, la censure, la suspension ou la radiation. Leurs décisions sont soumises en appel au conseil national.

En 1998, l'ordre national des journalistes a élaboré, avec l'aide de la *Autorita Guarante per la Privacy*, un nouveau code déontologique plus rigoureux. Son adoption a été motivée par les comportements agressifs de certains paparazzi.

Le président de l'ordre déclare que « *ce code est né de la profonde conviction qu'un journalisme mature ne peut vivre qu'en assumant les responsabilités qui sont les siennes... Il est une garantie pour le citoyen destinataire de l'information contre une malencontreuse culture du scoop, le scoop à tout prix* »... « *Ce code n'est pas l'expression d'une volonté liberticide, mais au contraire un instrument qui favorise le travail des journalistes en clarifiant en termes précis, quelles sont les éventuelles limites ou modalités à respecter à l'intérieur desquelles le journaliste est en sécurité* ». « ... Il ne s'agit pas d'une camisole de force ».

Le code comporte treize articles qui prévoient notamment :

- l'interdiction de révéler le nom des mineurs impliqués dans des faits divers ou des éléments permettant leur identification ;
- l'obligation de révéler sa profession et sa propre identité en recueillant des informations (cet aspect est contesté par l'union des

chroniqueurs italiens, en ce qu'il risque de gêner certaines enquêtes de journalisme notamment dans les prisons et hôpitaux) ;

- l'interdiction de violer la vie privée des personnes publiques qui doit être respectée sauf si les informations n'ont aucun rapport avec la fonction ;
- il élargit la notion de domicile privé aux hôpitaux et prisons ;
- il oblige le journaliste à corriger sans retard les erreurs et les inexactitudes ;
- il interdit les discriminations raciales, religieuses en raison des opinions politiques ou du sexe.

Selon le président de l'ordre, ce code est « *une tentative de trouver un juste équilibre entre le droit d'informer et le respect de la dignité de la personne* ».

*
* * *

De ce regard très sommaire sur les pays occidentaux, on peut, avec la prudence qu'il convient d'observer, conclure :

- la liberté de la presse est considérée comme un principe fondamental, de valeur constitutionnelle, dans tous les pays occidentaux ;
- s'il est considéré comme essentiel, des limites, à des niveaux très divers, sont apportées pour respecter la liberté individuelle ;
- en Europe occidentale, aucun pays, sauf l'Italie, ne comporte un ordre national des journalistes ;
- la référence à une déontologie est presque toujours seulement indicative ;
- en ce qui concerne la protection de la vie privée, et plus particulièrement le droit à l'image, la France paraît être le pays le plus exigeant ;
- quel que soit le système adopté, les abus ne paraissent pas avoir pu être évités, dans aucun pays ;
- une réglementation législative contraignante n'a pratiquement jamais été adoptée, ce qui peut être de la part des gouvernements la manifestation, soit d'une volonté affirmée de ne pas porter atteinte à la liberté de l'information, soit d'une grande prudence à l'égard des médias.

CONCLUSION

Il est souligné de toute part qu'on assiste à une véritable explosion de la communication. Le développement de l'information, tout en ouvrant à l'homme d'immenses possibilités, s'accompagne aussi de risques.

Le croissance du pouvoir des médias exige de plus en plus leur indépendance. Elle a été obtenue à travers les siècles à l'égard de l'Etat. Seul, ou presque, le pluralisme peut la garantir à l'égard des forces financières.

Cette indépendance est parfois mise en cause par le citoyen. Le temps n'est pas loin où le journaliste avait sa place dans l'imagerie des héros familiers : Superman, Spiderman et même Tintin étaient journalistes. Il semble avoir perdu une part de son prestige. C'est injuste. On ne saurait trop le rappeler, nombreux sont ceux qui risquent leur liberté, leur vie et parfois la perdent pour servir le devoir d'informer et donc la démocratie.

Quelques événements récents ont provoqué de vives émotions et peuvent expliquer ce mouvement de défiance.

Cela se produit au moment même où, plus que jamais, les hommes de presse ont à assumer un rôle fondamental : celui d'éclaireur et d'intermédiaire chargé de mettre à la portée du public une réalité complexe. Ils se trouvent ainsi investis d'une mission sociale de grande dimension. Ils doivent, pour assumer cette tâche aussi valorisante qu'exigeante, manifester une compétence particulière par la culture générale et aussi par une spécialisation lorsqu'elle est nécessaire. Mais la responsabilité qui leur incombe doit aussi les amener à placer le respect de l'éthique au premier plan de leurs préoccupations.

Il appartient aux journalistes, ils en ont la capacité et certainement la volonté, de poursuivre une réflexion sur l'élaboration d'une déontologie, dont l'actualisation sera permanente.

La singularité de notre thème, c'est que deux libertés, celle de l'information et celle du citoyen, intimement liées l'une à l'autre et aussi indispensables l'une que l'autre sont inévitablement amenées à se heurter. C'est ce rapport qu'il convient de moderniser et d'organiser dans le souci constant d'une nécessaire harmonie.

LISTE INDICATIVE DES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

I - Ouvrages

- Albert Pierre, La presse française, La Documentation française, Paris 1998
- Balle Francis, Médias et société, Montchrestien 1997
- Balle Francis, Dictionnaire des médias, Larousse 1998
- Barbier Frédéric, Bertho-Lavenir Catherine, Histoire des médias, de Diderot à Internet, Armand Colin 1993
- Baune Renaud (de la) et Bertolus Jean-Jérôme, Les nouveaux maîtres du monde, Belfond 1995
- Bertrand Claude-Jean, La déontologie des médias, PUF « *Que sais-je ?* » 1997
- Bertrand Claude-Jean, Les médias en Grande-Bretagne, PUF « *Que sais-je ?* » 1997
- Bertrand Claude-Jean, Les médias aux Etats-Unis, PUF « *Que sais-je ?* » 1995
- Bougnoux Daniel, Sciences de l'information et de la communication, Larousse 1993
- Bourdieu Pierre, Sur la télévision, Liber - Raisons d'agir 1996
- Breton Philippe et Proulx Serge, L'explosion de la communication, La Découverte 1993
- Cayrol Roland, Médias et démocratie, la dérive, Presses de Sciences Po 1997
- Charon Jean-Marie, La Presse quotidienne, La Découverte 1996
- Charon Jean-Marie, Sauvageau Florian, L'état des médias dans le monde, La Découverte 1991
- Charon Jean-Marie, La presse en France de 1945 à nos jours, Seuil 1991
- Charon Jean-Marie, La presse magazine, La Découverte 1999
- Clemi (ouvrage collectif), L'école et les médias, pour une éducation à la citoyenneté, MédiasPouvoir éditions 1995
- Cluzel Jean, Education, culture et télévision, LGDJ 1994
- Cluzel Jean, Regard sur l'audiovisuel - Manifeste : pour le secteur public de l'audiovisuel et l'industrie française de programmes, LGDJ 1997
- Cluzel Jean, Presse et démocratie, LGDJ 1997
- Cornu Daniel, Ethique de l'information, PUF « *Que sais-je ?* » 1997

- Derieux Emmanuel, Droit de la communication, LGDJ 1999
- Dufour Arnaud, Internet, PUF « *Que sais-je ?* » 1995
- Dupeux Jean-Yves et Lacabarats Alain, Liberté de la presse et droits de la personne, Dalloz 1997
- Guillaumin Claude, Faut-il brûler les journalistes ? Julliard 1994
- Guinchard Serge, Harichaux Michèle, de Tourdonnet Renaud, Internet et le droit, Montchrestien 1999
- Guisnel Jean, Les pires amis du monde, Stock 1999
- Halimi Serge, Les nouveaux chiens de garde, Liber – Raisons d'agir 1997
- Huitema Christian, Et dieu créa l'Internet, Eyrolles 1996
- Hume David, Essais moraux, politiques et littéraires, Alive 1999
- Hunter Mark, Le journalisme d'investigation, PUF « *Que sais-je ?* » 1997
- Ichbiah Daniel, Larcher Stéphane, La Pommeraye Arnaud (de) Planète multimédia, Dunod 1994
- Jeanneney Jean-Noël, Une histoire des médias : des origines à nos jours, Seuil 1996
- Jeanneney Jean-Noël, L'écho du siècle : dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France, Hachette Littératures 1999
- Jeanneney Jean-Noël, Le passé dans le prétoire, l'historien, le juge et le journaliste, Seuil 1998
- Leclerc Henri et Theolleyre Jean-Marc, Les médias et la justice, liberté de la presse et respect du droit, CFPJ 1996
- Marcelle Pierre, Contre la télé, Verdier 1998
- Marino Laure, Responsabilité civile, activité d'information et médias, Presse universitaire d'Aix Marseille, Economica 1997
- Mathien Michel, Les journalistes, PUF « *Que sais-je ?* » 1995
- Negroponte Nicholas, L'homme numérique, Robert Laffont 1995
- Nora Dominique, Les conquérants du cybermonde, Calmann-Lévy 1995
- Pfister Thierry, Lettre ouverte au gardien du mensonge, Albin Michel 1999
- Pontier Jean-Marc, Ricci Jean-Claude, Bourdon Jacques, Droit de la culture, Dalloz 1996
- Ramonet Ignacio, La tyrannie de la communication, Galilée 1999
- Rosnay Joël (de), L'homme symbiotique, Seuil 1995
- Roy Albert (du), Le carnaval des hypocrites, Seuil 1997

- Rassat Michèle-Laure, Droit pénal spécial, Dalloz 1999
Schneidermann Daniel, Du journalisme après Bourdieu, Fayard 1999
Thoveron Gabriel, Histoire des médias, Seuil 1997
Vettraino-Soulard Marie-Claude, Les enjeux culturels d'Internet, Hachette Education 1998
Volkoff Vladimir, Petite histoire de la désinformation, Rocher 1999
Wolton Dominique, Penser la communication, Flammarion 1997
Wolton Dominique, Internet et après ? : une théorie critique des nouveaux médias, Flammarion 1998

II - Rapports

- Charon Jean-Marie, Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information, Rapport à Mme la ministre de la Culture et de la communication, Rapport intermédiaire - 15 avril 1999
Cluzel Jean, L'audiovisuel à l'ère du numérique, Les rapports du Sénat n° 456 - 1997-1998
Falque Pierrotin Isabelle, Internet enjeux juridiques, Rapport au ministre délégué à la Poste, aux télécommunications et à l'espace et au ministre de la Culture, La Documentation française 1996
Falque Pierrotin Isabelle, rapporteur général, Internet et les réseaux numériques, Rapport du Conseil d'Etat, La Documentation française 1998
Huriel Claude, Images de synthèse et monde virtuel, techniques et enjeux de société, Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques 1997 - Assemblée nationale n° 526, Sénat n° 169
Laffitte Pierre, Un cri d'alarme et une croisade nécessaire, Rapport sur la France et la Société de l'information, Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques 1997 - Assemblée nationale n° 3335, Sénart n° 213
Mathus Didier, Rapport sur le projet de loi modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, rapport de l'Assemblée nationale n° 1578, mai 1999
Truche Pierre (Président de la commission), Commission de réflexion sur la justice, rapport au Président de la République, La Documentation française 1997

III - Revues

- Justice et Médias, MédiasPouvoir - 4ème trimestre 1997
Le marché de l'internet ? MédiasPouvoir - 3^{ème} et 4^{ème} trimestre 1993

Nouvelles technologies de l'information et libertés individuelles,
Mallet-Poujol Nathalie, Problèmes économiques et sociaux n° 805, La
Documentation française - Juillet 1998

Nouvelles technologies ou nouveaux médias ? MédiasPouvoir -
1^{er} trimestre 1996

Présomption d'innocence et médias, Revue des Deux mondes -
Septembre 1998

Presse, crise ou mutations ? MédiasPouvoir - 4^{ème} trimestre 1995

50 ans de médias, bilan et perspectives, MédiasPouvoir - 3^{ème} et 4^{ème}
trimestre 1995

IV - Divers

L'année radio 1998, Médiamétrie

L'année TV 1997, Médiamétrie

Chiffres clés de la presse 1997 (chiffres provisoires), SJTI 1998

Droit criminel, Encyclopédie Dalloz

L'Internet public principes du droit de la communication, Actes du Colloque
franco-qubécois, VE Edition Septembre 1994

Jurisclasseur civil

Liberté de la presse et droit pénal, XIIème journée de l'Association française
de droit pénal en hommage au Doyen Fernand Boulanger, Université de droit,
d'économie et des sciences - Aix Marseille 1994

Le Médiagraphe 98/99, Audit de la mesure d'audience des médias, Centre
d'études des supports de publicité

La professionne di giornalista e il suo ordinamento, Centro di
documentazione giornalistica concilio nazionale dide giornalisti

La protection de la vie privée face aux médias, Documents de travail du
Sénat, Série législative comparée n° LC 33 - Janvier 1998

Quel audiovisuel pour demain, Mathus Didier, Actes du colloque Assemblée
nationale - Décembre 1997

La Société de l'information : Quel avenir ? Le Deaut Jean-Yves et Revol
Henri, Actes de la journée d'études du 9 octobre 1997

TABLE DES SIGLES

AFP	: Agence France-presse
APME	: Associated press managing editors
BBC	: British broadcasting corporation
CBS	: Columbia broadcasting system
CNCA	: Conseil national de la communication audiovisuelle
CNCL	: Commission nationale des communications et des libertés
CSA	: Conseil supérieur de l'audiovisuel
EVN	: Eurovision news
FCC	: Federal communication commission
FIJ	: Fédération internationale des journalistes
HACA	: Haute autorité de la communication audiovisuelle
INA	: Institut national de l'audiovisuel
IREP	: Institut de recherches des études publicitaires
MPF	: Messageries de la presse française
NBC	: National broadcasting company
NMPP	: Nouvelles messageries de la presse parisienne
NTIC	: Nouvelle technologie de l'information et de la communication
OFI	: Office français d'information
OIJ	: Organisation internationale des journalistes
PAF	: Paysage audiovisuel français
PCC	: Press complaints commission
RDS	: Radio data system
SFP	: Société française de production
SJTIC	: Service juridique et technique de l'information et de la communication
SLI	: Service de liaisons interministérielles
SNEP	: Société nationale des entreprises de presse
SNJ	: Syndicat national des journalistes
TDF	: Télédiffusion de France

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Tableau 1 : Les aides à la presse.....	20
Tableau 2 : Le tirage des quotidiens depuis 1945	21
Tableau 3 : Nombre d'exemplaires de quotidiens pour 1 000 habitants	22
Tableau 4 : Tirage et diffusion annuels.....	23
Tableau 5 : Diffusion des quotidiens parisiens	25
Tableau 6 : Quotidiens de province diffusant à plus de 100 000 exemplaires	26
Tableau 7 : Diffusion et prix des grands quotidiens européens	27
Tableau 8 : Indice des prix à la consommation (moyenne annuelle) base 100 en 1990.....	28
Tableau 9 : Evolution de la lecture des quotidiens : Français de quinze ans et plus qui lisent un quotidien	29
Tableau 10 : Les pratiques audiovisuelles hebdomadaires	39
Tableau 11 : Durée d'écoute quotidienne moyenne de la télévision en 1997	41
Tableau 12 : L'offre d'information en 1995 et 1996	42
Tableau 13 : Part des investissements publicitaires en France et à l'étranger	46
Tableau 14 : Investissements publicitaires dans la presse	47
Tableau 15 : Evolution des investissements grands médias 1991-1997	48
Tableau 16 : Montant de la redevance en Europe en 1996	61
Graphique 1 : Evolution de la diffusion totale annuelle	24
Graphique 2 : Les usages de la télévision	40
Graphique 3 : Evolution du sentiment des Français à l'égard de l'indépendance des journalistes	51