

# « L'information dans la tourmente »

En mars, à l'occasion des Assises internationales du journalisme, l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) présentait son tout dernier rapport.

Rôle croissant des réseaux sociaux, relations complexes avec les sources, durcissement des relations politiques/médias... sont quelques-uns des points marquants de ce rapport que Patrick Eveno, président de l'ODI, nous présente.

**Les Idées en mouvement : L'ODI vient de livrer son 3<sup>e</sup> rapport sous le titre « L'information dans la tourmente ». Qu'est-ce qui justifie ce titre ?**

**Patrick Eveno :** L'année 2015 a été marquée par les attentats de janvier et novembre à Paris et par plusieurs autres drames. Les médias ont été interpellés sur leurs pratiques par la société et par les politiques.

L'ODI tient à rappeler que le droit du public à être informé place les médias au cœur de notre démocratie et leur confère une grande responsabilité. Toute tentative de brider la liberté d'information au prétexte de renforcer la sécurité des Français ou de désaccords sur le traitement de l'actualité menace la démocratie. La déontologie, ensemble de règles professionnelles qui, lorsqu'elles sont respectées, permettent de livrer aux publics une information fiable, ne saurait servir de paravent pour entraver l'information ou embrigader les journalistes et les médias au service d'une cause ou d'une autre.

Au cours de l'année 2015, les membres de l'ODI ont poursuivi leur veille sur le respect de la déontologie de l'information, à partir de leurs propres observations et de celles de sources extérieures (sites spécialisés, médias généralistes, syndicats de journalistes, associations de citoyens, chercheurs, etc.). Ce troisième rapport de l'Observatoire de la déontologie de l'information, « L'information dans la tourmente », souligne un certain

nombre de points marquants : la convergence des médias n'est pas seulement un thème économique, elle est également la réalité actuelle de l'information interconnectée qui fait système ; le rôle croissant des réseaux sociaux vient renforcer cet effet systémique ; la gestion des relations avec les sources devient plus complexe à mesure qu'elles se diversifient. Déjà relevés l'année dernière, le durcissement des relations entre les politiques et les médias ou l'effacement des frontières entre information, communication et publicité doivent conduire les rédactions à renforcer leurs défenses déontologiques. Près de 200 alertes ont été sélectionnées depuis octobre 2014, date de remise du précédent rapport<sup>1</sup>.

« Toute tentative de brider la liberté d'information au prétexte de renforcer la sécurité des Français (...) menace la démocratie. »

**Quelles évolutions notables avez-vous constatées ces trois dernières années ?**

On note un net accroissement des pressions de la part des politiques mais aussi des entreprises, qui cherchent à entraver le travail d'information des journalistes afin de promouvoir leur propre communication. La tension atteint parfois des épisodes de violences

verbales ou physiques.

Le deuxième point est l'importance prise par les réseaux sociaux dans le circuit de l'information. Si ces outils sont précieux, ils laissent aussi passer des sources manipulées ou délictueuses. L'ODI cherche à conforter les médias et journalistes professionnels dans leur démarche qui vise à délivrer une information vérifiée, qualifiée, certifiée.

**Selon vous, sur quels points les efforts des médias doivent-ils porter ? Et quelle vigilance de la part du public ?**

Les médias doivent être particulièrement vigilants dans les périodes de fortes tensions, tels les attentats. Il vaut mieux perdre quelques secondes ou minutes, afin de délivrer une information incontestable. Ils doivent également faire attention à la préservation de l'identité et de la dignité des victimes, notamment par la photo et la vidéo.

Le public doit savoir décrypter ce que la masse croissante d'informations et de rumeurs leur déverse. Le public doit être informé, non seulement parce qu'il le demande dans les périodes cruciales, mais surtout parce que le droit du public à l'information est au cœur de la démocratie. C'est ce droit du public qui fonde la liberté des journalistes à informer.

Il arrive que nous soyons tous choqués par une information, un article, une photo ou une vidéo. Mais il faut aussi que nous prenions en compte l'intérêt général et collectif à être informé.



**Est-ce que l'importance d'un observatoire tel que l'ODI va s'accroître ? Pensez-vous qu'à terme un conseil de presse puisse voir le jour ?**

Il semble que l'ODI est de mieux en mieux connu et surtout apprécié. En 2015, de nouveaux adhérents (associations et syndicats de journalistes, entreprises, associations représentant le public) nous ont rejoints et nous espérons qu'en 2016 nous serons encore mieux écoutés. La France est un des rares pays européens où il n'y a pas de conseil de presse. C'est une donnée historique, parce que la presse écrite ou numérique est sous la protection de la loi du 29 juillet 1881, tandis que l'audiovisuel, longtemps aux mains de l'État, est sous la tutelle du CSA.

Mais à l'heure de la conver-

gence numérique, la séparation entre la presse et l'audiovisuel ne correspond plus à la réalité du système de l'information, dans lequel tous les acteurs sont présents sur tous les supports.

Et comme il faut séparer l'information des programmes de divertissement, parce que le rôle démocratique de l'information est fondamental, on ne peut que prévoir à plus ou moins long terme, la nécessaire création d'un conseil de presse en France. Ce qui permettra de prendre en compte les plaintes du public.

• **Propos recueillis par Christine Menzaghi**

1. Ce rapport de l'ODI, de même que les précédents, « L'information sous pressions » et « L'insécurité de l'information » sont disponibles en ligne : [www.odi.media/les-rapports-de-l-odi](http://www.odi.media/les-rapports-de-l-odi)

## OBJECTIFS ET MISSIONS DE L'ODI

L'Observatoire de la déontologie de l'information a pour objet de contribuer, par ses réflexions, ses travaux et la communication de ceux-ci, à la prise de conscience de l'importance de la déontologie dans la collecte, la mise en forme et la diffusion de l'information au public. Sa mission première est de recueillir et d'examiner les faits concernant les pratiques relatives à la déontologie dans l'information diffusée par les médias français (presse écrite, radio, télévision, médias en ligne). Le travail de recueil des informations – manquements à la déontologie et « bonnes pratiques » – s'accompagne d'un travail d'enquête et d'analyse, en s'attachant à déceler les causes qui ont conduit à des dysfonctionnements ou les mécanismes qui

favorisent les bonnes pratiques.

L'observatoire effectue ainsi une « veille permanente » en matière de déontologie journalistique, interroge les pratiques professionnelles, dégage des tendances sur la durée, et rend publiques ses observations.

L'ODI n'est pas un conseil de presse. On ne peut le saisir d'une plainte ; il mène une veille générale sur les pratiques des médias et sur le respect des règles éthiques du journalisme. Il se réfère aux chartes communément admises par la profession (Charte d'éthique professionnelle des journalistes – 1918-1938-2011, Déclaration des devoirs et des droits des journalistes – 1971) et aux travaux individuels ou collectifs sur ces questions.

L'ODI est résolument tripartite : il regroupe des entreprises et fédérations d'entreprises, des associations et syndicats de journalistes, des associations représentant les publics. Tous les supports d'information, presse, radio, télévision, agences et numérique, font partie du champ de l'ODI.

L'ODI ne cherche pas à stigmatiser telle rédaction, tel journaliste ou telle entreprise, mais à faire progresser la démarche déontologique, qu'il estime au cœur de la crédibilité des médias. L'ODI s'attache aux conséquences des effets systémiques plus qu'aux cas particuliers. C'est pourquoi les cas examinés sont anonymes.

[www.odi.media](http://www.odi.media)