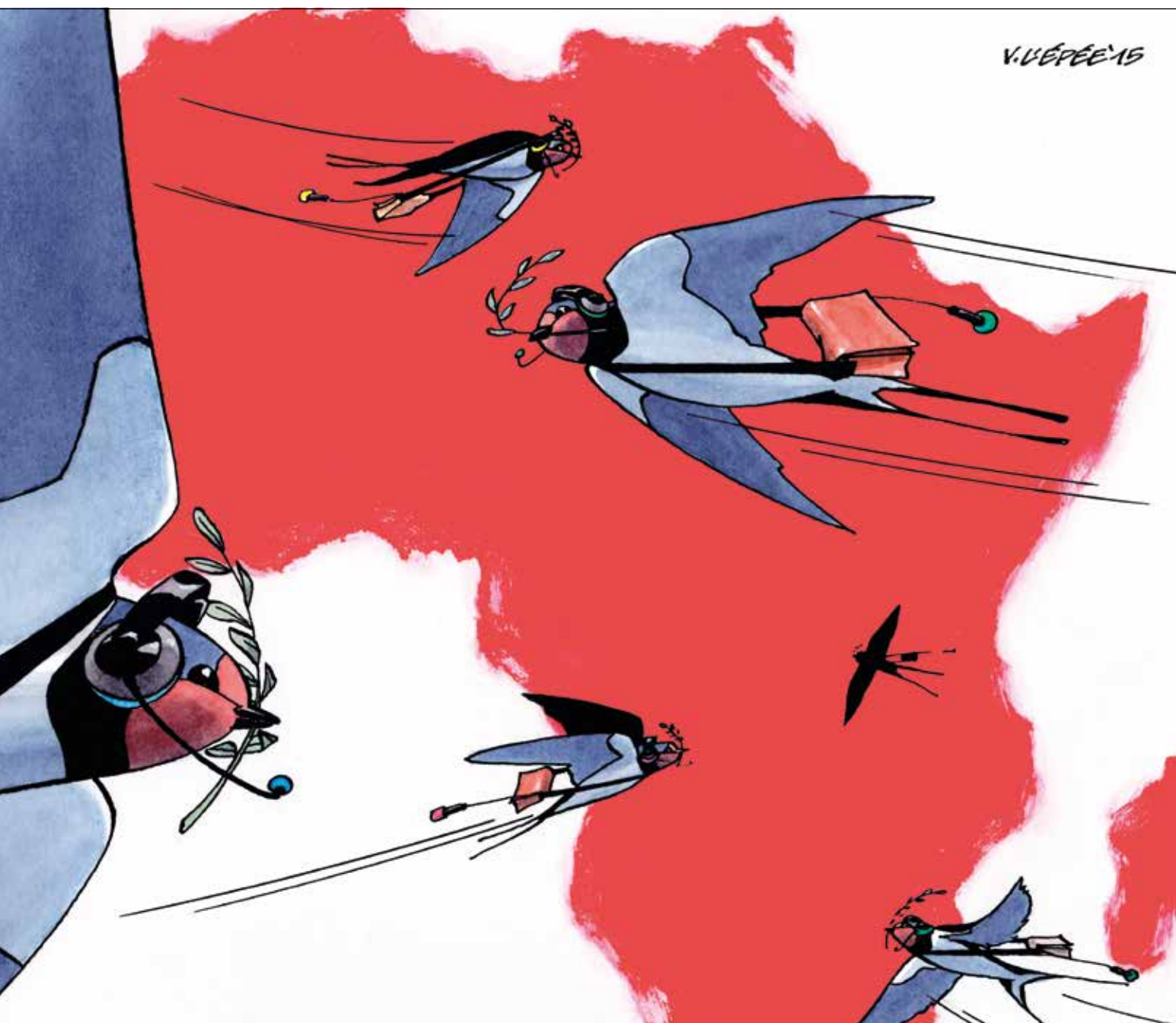


EDITO + KLARTEXT

N° 02 | 2015

LE MAGAZINE DES MÉDIAS



Face aux chargés de com et aux exigences de relecture

Les entraves aux interviews se multiplient. Avons-nous besoin de nouvelles règles?

Faut-il élargir la „notoriété”?

Débat autour du nom publié d'un accusé actif sur le web

Fondation Hironnelle: 20 ans de journalisme au service de la paix

Depuis Lausanne, elle gère des radios parmi les plus écoutées d'Afrique. Interview et reportage.

MOINS C'EST PLUS: LA REDEVANCE RADIO/TV À 400 FRANCS AU LIEU DE 462!

LA NOUVELLE REDEVANCE EST PLUS JUSTE ET RENFORCE LE FINANCEMENT DU JOURNALISME ET DU SERVICE PUBLIC.

MOINS DE REDEVANCE : AVEC LA NOUVELLE LRTV, LA REDEVANCE BAISSERA D'ENVIRON 13 %.

PLUS DE FORMATION : LA RÉVISION DE LA LRTV CONSOLIDE ÉNORMÉMENT LES POSSIBILITÉS DE FORMATION DES DIFFUSEURS PRIVÉS DE RADIO ET DE TÉLÉVISION.

OUI À LA LOI SUR LA RADIO ET LA TÉLÉVISION

LE 14 JUIN 2015, NOUS DISON **OUI** À LA RÉVISION DE LA LRTV

ssm
Schweizer Syndikat Medienschaffender | Syndicat suisse des mass media
Sindacato svizzero dei mass media | Sindicat svizzer dals meds da massa

syndicom
BEWERKSCHAFT MEDIEN UND KOMMUNIKATION
SYNDICAT DES MEDIAS ET DE LA COMMUNICATION
SINDACATO DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE
SINDICAT DA LAS MEDIAS E DA LA COMUNICAZIUN

Die Schweizer Journalistinnen | I giornalisti svizzeri
impressum Les journalistes suisses

ACTUALITÉ
EDITORIAL



Les règles du jeu



Alain Maillard,
Rédacteur en chef

C iter fidèlement son interlocuteur, c'est moins simple que ça n'en a l'air. L'illusion est de croire à l'exactitude intrinsèque des mots: ceux qu'on rédige ne traduisent jamais parfaitement la pensée de la personne interviewée. Même si la retranscription de l'entretien enregistré reflète rigoureusement les propos tenus, le texte perd le langage non verbal. Marlon Brando le dit bien dans un livre d'entretiens paru en 1993: il a regretté la plupart de ses interviews, non seulement parce que „les journalistes sortent les choses du contexte et les juxtaposent, si bien que cela ne reflète pas du tout votre pensée”, mais aussi parce que „vous prononcez une phrase dans un certain état d'esprit, avec le sourire, et quand c'est imprimé le sourire a disparu”.

Les journalistes qui ont fait cette expérience enrichissante de se retrouver de l'autre côté, et de se relire dans les réponses, ont sans doute ressenti une même démangeaison à réécrire ce qu'on a dit, ce qui n'est pas tout à fait ce qu'on voulait dire. Mais en y renonçant sans doute pour ne pas embêter le ou la confrère, en se disant que ça ira, c'est presque ça.

Il n'est pas étonnant qu'en profitant des moyens de communication rapides de notre époque, les politiciens, les vedettes, bientôt tous ceux qui ont affaire aux médias demandent à relire et retoucher leurs propos. Pourquoi pas? L'important est d'en bien fixer le cadre. L'ennui, c'est qu'en général les exigences ne s'arrêtent pas là. Comment faire face à tous ces chargés de communication qui, désormais bien plus nombreux que les journalistes, trouvent leur rôle à jouer dans le filtrage maximal des messages (lire en page 12)?

Il est beaucoup question dans ce numéro des règles du jeu. Faut-il les redéfinir? En matière de relecture, de citation des noms (lire l'article d'André Loersch en page 15), ou encore, Charlie oblige, d'égards aux susceptibilités? Que le métier doive constamment s'adapter aux circonstances, rien de plus normal. Jean-Marie Etter, cofondateur il y a 20 ans de la Fondation Hiron-delle, demande d'aller plus loin: que le journalisme se rende davantage utile (interview en page 6). C'est à la base de cette aventure extraordinaire et un peu méconnue en Suisse, à laquelle nous avons ici l'occasion de rendre hommage.

Un mot encore pour mentionner l'élection de **Christian Campiche**, rédacteur en chef d'EDITO+ KLARTEXT jusqu'à fin 2013, à la présidence d'impressum. Nous lui souhaitons bon vent et bon courage: comme en témoigne le débat que nous publions en page 18, le rôle des syndicats est aujourd'hui mis à rude épreuve.

**„Il est si tentant de
réécrire ce qu'on a dit.”**



IMPRESSUM

N° 02, avril 2015

Editeurs:

Verein EDITO+KLARTEXT, Bâle
Magazine bimestriel
Tirage diffusé: 10 365 Expl. d+f;
ISSN 1663-4802

Adresse de la rédaction:

EDITO f, chemin des Glycines 4
1024 Ecublens, tél. 079 598 97 93
redaction@edito-online.ch

Rédaction:

Alain Maillard, rédacteur en chef
de l'édition en français,
alain.maillard@edito-online.ch

Philipp Cueni, rédacteur en chef
de l'édition en allemand,
philipp.cueni@edito-online.ch
Bettina Büsser, rédactrice
bettina.buesser@edito-online.ch

Production:

bachmann medien ag
Thiersteinallee 17
4053 Bâle
tél. 061 534 10 84
verlag@edito-online.ch
www.bachmannmedien.ch

Layout: Petra Geissmann

Publicité:

ZBINDENMEDIEN
Paradiesstrasse 2, 8802 Kilchberg
tél. 044 533 03 35
fax 044 533 03 39
www.zbindenmedien.ch
info@zbindenmedien.ch
Stefan Hostettler, tél. 043 321 28 78
stefan.hostettler@zbindenmedien.ch

Abonnements:

abo@EDITO-online.ch
Abonnement annuel: Fr. 69.-
Abonnement à l'étranger: Fr. 89.-

Impression:

Unionsdruckerei Schaffhausen

www.edito.ch

Edité par les associations professionnelles:

impressum
impressum - Les journalistes suisses



Syndicat suisse des mass media



Syndicat des médias et de la communication

© EDITO+KLARTEXT™



6 > **Radio Ndeke Luka, principal média indépendant en République centrafricaine, vient de fêter ses quinze ans. C'est l'une des plus belles réussites de la Fondation Hirondelle.**

ACTUALITÉ

6 La Fondation Hirondelle: 20 ans de journalisme au service de la paix

Conçue pendant le génocide rwandais, elle est née en avril 1995 et chapeaute depuis Lausanne divers médias africains. Interview de son directeur et cofondateur, Jean-Marie Etter, et reportage de Gérard Tschopp au Mali.

12 Face aux excès de la relecture et des chargés de com

Difficulté d'accès aux sources directes, exigences de relecture, de réécriture... Les entraves au travail de journaliste se multiplient. Témoignages et avis.

15 Les réseaux sociaux élargissent-ils la catégorie des personnages publics?

La publication du nom et de la photo d'un journaliste en procès pour des actes privés a suscité de vives réactions dans la profession. L'auteur du compte rendu estime que la notoriété de l'accusé, très actif sur les réseaux, le permettait.

18 Deux visions du rôle syndical

Suite à la démission en bloc du comité de la section vaudoise d'impressum, débat à distance entre son ancien président, Thierry Brandt, et la secrétaire centrale du syndicat, Dominique Diserens.

20 Pour ou contre la redevance généralisée

Notre panorama des avis et arguments avant la votation du 14 juin sur la révision de la LRTV.

L'AIR DU LARGE

22 Le temps incertain du drone

Les journalistes peuvent maintenant enquêter à l'aide d'appareils volants télécommandés. Mais des lois risquent bientôt d'en limiter l'usage.

24 Un remède à la crise des médias: la FondAction

Dans „Sauver les médias”, l'économiste française Julia Cagé propose un nouveau modèle de financement et de gestion. Compte rendu.

SERVICES

26 La pêche au Net

De la neutralité du Net à la gestion des commentaires, en passant par la crise du métier de la publicité, quelques réflexions online sur le journalisme et les médias.

La sensibilité ou la peur

Hier, en regardant le téléjournal de la RTS, j'ai appris que le dessin de Vincent L'Epée a bien été censuré „pour tenir compte de la sensibilité du public”. Quel public? Edito est destiné avant tout à un public de journalistes. Aussi, une prochaine fois, je vous suggère de vraiment tenir compte de la sensibilité de votre public, toutes celles et ceux qui sont inquiets et choqués de voir la liberté de la presse de plus en plus menacée en Europe.

Lorsque j'ai choisi ce métier, il y a une quinzaine d'années, j'étais loin d'imaginer que journaliste pouvait devenir une profession à risque, ici, dans nos démocraties. Car il ne faut pas s'y tromper. Eradiquer le dessin et la presse satiriques, ce n'est qu'une première étape. Le but des islamistes est d'éradiquer la liberté de la presse tout court. Y compris en massacrant une grande partie de la rédaction de „Charlie Hebdo”, dont une des cibles favorites, soit dit en passant, est le Front National. Les tueurs d'ailleurs, ne s'y sont pas trompés: ils ne sont pas allés abattre des leaders frontistes, mais bien les dessinateurs de „Charlie Hebdo”.

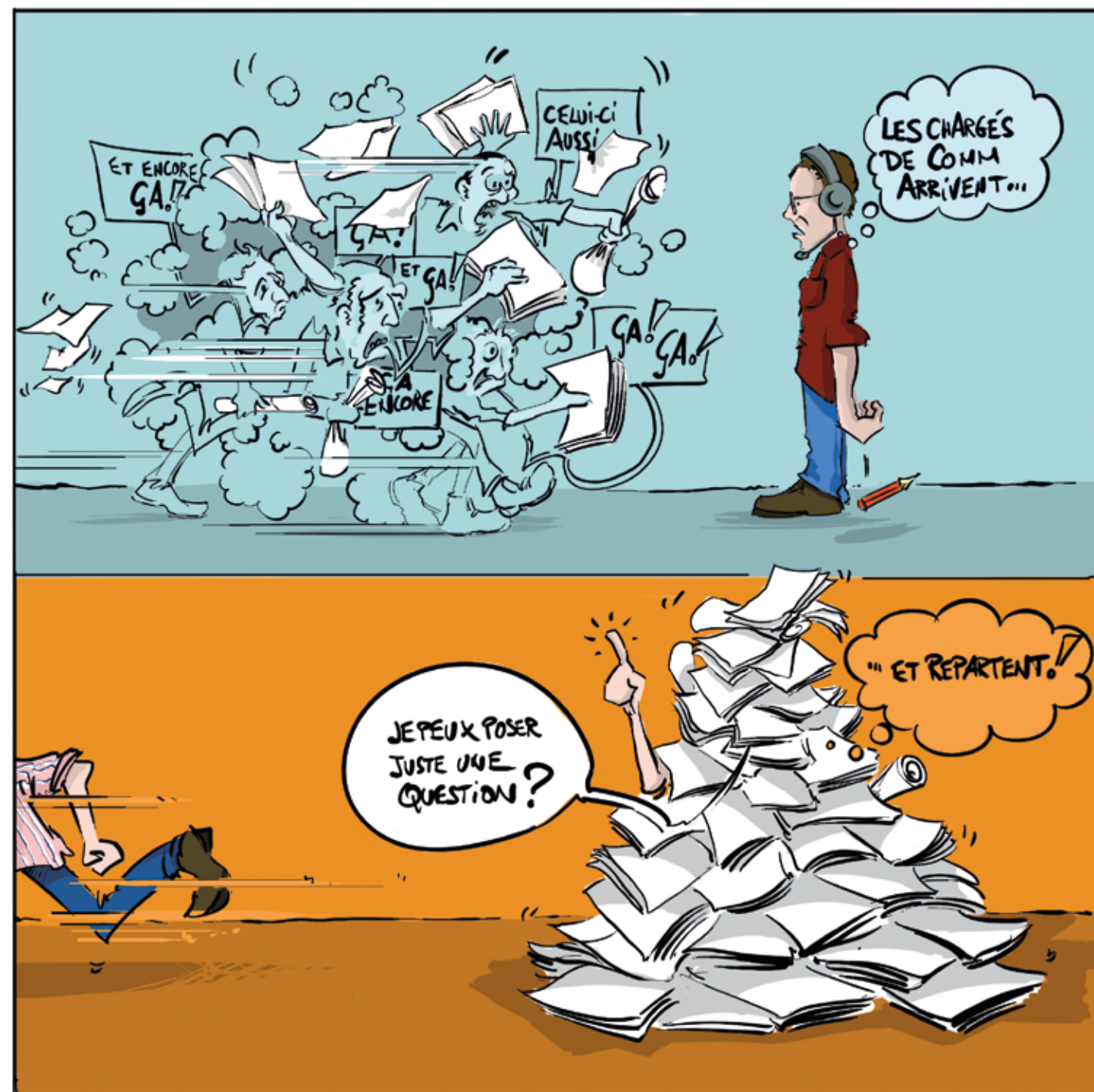
Ayez conscience aussi que faire des concessions telles que ne plus dessiner le Prophète ne suffit en aucun cas aux islamistes, et ne leur suffira jamais. Voir l'exemple d'Hani Abbas, de l'algérien Dilem et de bien d'autres comme le saoudien Raif Badawi, dont le „blasphème envers l'islam” est d'avoir plaidé pour la liberté religieuse. A propos, des nouvelles de ce blogueur?

Une prochaine fois tenez mieux compte, aussi, de toutes celles et ceux qui en ont ras-le-bol du fanatisme religieux, auquel les trois grandes religions monothéistes ont une fâcheuse tendance. Ras-le-bol d'entendre qu'il ne faudrait plus émettre la moindre critique envers la religion „pour ménager les sensibilités”. Qui tient compte de notre sensibilité, celle des athées, celle de tous les croyants modérés qui veulent vivre leur foi comme ils l'entendent, sans obéir aveuglément à un dogme, quel qu'il soit? Assez de n'entendre qu'eux, les fanatiques, comme Dilem le résume avec humour dans un dessin paru après Copenhague.

Oui vraiment, une prochaine fois, tenez mieux compte de la sensibilité du public, ou alors, avouez que vous avez peur. Après ce qui s'est passé à Charlie Hebdo et à Copenhague, c'est tout à fait compréhensible. Le dire aura au moins le mérite de l'honnêteté.

Hélène Koch, journaliste RP

NDLR: à lire sur notre site, „Edito n'a pas eu peur” - <http://www.edito.ch/fr>



Intégrer davantage les internautes

Bonjour,
Dans votre dernier numéro, vous parlez de la „désillusion participative”. Mon sentiment à ce sujet est que nous n'avons pas suffisamment ouvert nos colonnes aux lecteurs. Internet aurait dû être l'occasion de repenser en profondeur le lien contributif avec eux. Se

contenter d'ouvrir la possibilité de faire des commentaires ne peut conduire très loin.

J'ai fait une expérience passionnante, riche et prémonitrice en menant une enquête „participative” avec les internautes sur l'obligation vaccinale. Elle était bien plus intégrative. De même, dans ouvertures.net, nous offrons la possibilité au lecteur d'inscrire son „droit de réponse” à l'intérieur même de l'article (et non en seul commen-

taire). La participation n'est intéressante pour le lecteur que si on lui offre un „statut” à égalité d'intérêt avec le journaliste et non comme simple rajout qui n'a pas la même valeur que l'article...

Cela demande une autre politique rédactionnelle, plus exigeante, plus difficile, certes, mais c'est un bon moyen d'associer le lecteur plus en profondeur.

Jean-Luc Martin-Lagardette, journaliste

Informers pour pacifier

Créée en avril 1995, la Fondation Hironnelle, à Lausanne, soutient des radios d'information qui jouent un rôle essentiel dans des pays en conflit. Entretien avec son directeur et cofondateur Jean-Marie Etter.
Par Alain Maillard

Que faire? On imagine la scène: à la cafétéria de la Radio suisse romande, en avril ou mai 1994, Philippe Dahinden et Jean-Marie Etter boivent leurs cafés en silence, perplexes, accablés par les nouvelles du Rwanda, s'étonnant que chacun autour d'eux vaque encore à ses occupations ordinaires. On parle de centaines de milliers de morts. Philippe Dahinden (décédé en 2012) connaît bien le pays, il y effectue des missions d'observation et d'enquête pour des organisations internationales. C'est d'autant plus douloureux que des médias comme Radio Mille Collines y ont prêché le génocide sans relâche.

Et pourquoi ne pas créer une radio d'information, antidote à la propagande et la haine? Jean-Marie Etter est secrétaire général de la section suisse de Reporters sans frontières. Le président, François Gross, approuve l'idée. Robert Ménard, fondateur et secrétaire général de l'association à Paris, aussi. La DDC suisse (Direction du développement et de la coopération) est d'accord de fournir le financement initial. Les démarches entreprises au Rwanda et au Burundi pour obtenir une concession de diffusion n'ayant pas abouti, Radio Agatashya (hironnelle) émettra depuis Bukavu, à l'est de ce qui est alors le Zaïre.

Après le temps de réunir le matériel et de recruter le personnel, les émissions peuvent débuter le 4 août 1994. Trois heures le matin et trois heures l'après-midi en kinyarwanda, en français et dès le 13 août en swahili. Une performance remarquable et rapidement un succès: Agatashya devient la meilleure source d'information pour les populations déplacées et les familles éprouvées.

Mais les relations se dégradent avec la centrale de RSF. La France a envoyé une force d'intervention armée (opération Turquoise), Roberd Ménard veut collaborer avec elle, les Suisses ne veulent pas être assimilés à une présence militaire française. La Fondation Hironnelle est créée en avril 1995 pour continuer à gérer Radio Agatashya. Qui va cesser d'émettre en octobre 1996, victime de la guerre civile au Zaïre.

EDITO+KLARTEXT: Pouviez-vous imaginer en 1995 où vous en seriez aujourd'hui? Que le projet dépasserait largement le cas d'Agatashya?

Jean-Marie Etter: C'est venu un an plus tard. Quand Agatashya a dû fermer en raison de l'arrivée à Bukavu des troupes de Laurent-Désiré Kabila, qui pillaient tout sur leur passage, nous nous sommes vite rendus compte qu'il serait très compliqué de re-



Cet homme est venu à pied jusqu'au studio d'Agatashya, à Bukavu, pour témoigner après le génocide.

Hironnelle aujourd'hui

La Fondation „crée ou soutient des médias d'information généralistes, indépendants et citoyens, pour contribuer à l'instauration de la paix et à la citoyenneté dans des zones de conflit violent, de crise endémique, de conflit latent ou de profonds bouleversements sociaux". Son budget s'élève à un peu plus de 10 millions de francs, alimentés par la DDC suisse (pour environ 25 pour cent) et d'autres contributeurs publics, principalement en Europe. Elle est actuellement active dans six pays africains.

- > En République centrafricaine: Radio Ndeke Luka, station créée en l'an 2000, principal média dans ce pays en conflit depuis 2013.
- > En République démocratique du Congo: Radio Okapi, créée en 2002, premier média du pays avec 14 millions d'auditeurs quotidiens et 21 millions au moins une fois par semaine.
- > Au Mali: depuis 2013, Studio Tamani produit deux heures de programme quotidien (voir l'article ci-joint).
- > En Tunisie: soutien à la radio publique depuis 2011.
- > En Guinée Conakry: depuis 2014, soutien à un studio de formation et de production de programmes de radio.
- > En Côte d'Ivoire: participation à la gestion d'un studio de formation, «Mozaïk».

En vingt ans, la Fondation a également mené des projets en Sierra Leone (Cotton Tree News, 2007-2011), au Kosovo (Radio Blue Sky, 1999-2000), à Timor, au Sud-Soudan, au Népal.

prendre les émissions. Nous nous sommes alors demandé si nous arrêtons, mais nous voulions continuer avec l'agence de presse auprès du Tribunal pénal international à Arusha, en Tanzanie. A priori, nous ne pensions pas faire grand-chose de plus, mais nous avons été contactés par des Américains pour créer une radio au Liberia, jusqu'aux prochaines élections. Et nous avons dit oui, parce que ça correspondait à l'esprit dans lequel nous travaillions.

Est-ce à ce moment-là que se met en place la doctrine d'Hirondelle, orientant vos activités dans des zones de conflit?

Oui et non. Je crois que ce qui nous a motivés dès le début, Philippe Dahinden, François Gross et moi, c'était une sensibilité un peu exacerbée à la question de la relation entre société et médias. A quoi sert le journalisme? A quoi sert-il socialement? Nous sommes tous trois entrés dans ce métier par la conviction de son rôle social nécessaire, un rôle de médiation au service de la population.

Face au génocide au Rwanda, la question qui nous travaillait, c'était: en tant que journaliste suisse travaillant pour le public suisse, qu'ai-je à faire vis-à-vis de personnes qui sont dans un paroxysme de souffrance et ne sont pas suisses? Cette interrogation est au cœur de notre démarrage et ne nous a jamais quittés. La doctrine de la fondation s'est développée par la suite, avec l'expérience, mais elle était en germe dès sa création. C'est fondamentalement la question de notre utilité. Nous avons besoin de sens dans l'exercice de notre métier.

Fait-il davantage sens à Hirondelle qu'à la Radio romande?

Différemment en tout cas. Les questions qui se posent sur notre utilité sont aiguisées par nos expériences en Afrique, mais elles touchent tout autant le journalisme en Suisse que le journalisme en Ukraine, en Birmanie ou en République démocratique du Congo.

Notre doctrine est fondée sur quelques piliers assez simples. C'est d'abord le rôle central d'une information crédible et non partisane. Ce qui signifie bien sûr une indépendance absolue, économique, politique et éditoriale. Et une information qui réponde aux règles de base du journalisme: la double vérification des faits, les cinq W, la distinction du fait et du commentaire, etc. Nous avons pu vérifier que ces règles sont universelles. Il arrive qu'elles soient remises en question ici ou là, on me dit parfois que la situation est différente et qu'elle appelle d'autres règles. Ce n'est pas vrai. Sur les fondamentaux, elles sont absolues et leur efficacité est vérifiable. Ce qui peut varier, ces sont les formes. La façon de s'exprimer peut et doit même être adaptée au contexte. Mais pas les fondamentaux.

Et ces règles sont strictement respectées dans toutes les stations de radio soutenues par Hirondelle?

C'est notre objectif et notre volonté absolue. Comme tout le monde, il nous arrive de faire des erreurs. Nous travaillons souvent dans des conditions extrêmement difficiles. Mais j'ai le sentiment que parfois, nous sommes en pointe dans la mise à l'épreuve de ces règles. Par exemple, si nous annonçons que cinq hommes armés, habillés de telle façon, sont entrés dans telle maison, l'ont pillée, ont tué le chef de famille et se sont enfuis avec leur butin, la mention de leur habillement va permettre aux auditeurs d'identifier à



Jean-Marie Etter, depuis 20 ans au service de la Fondation Hirondelle.

quel groupe ils appartiennent. Faut-il le dire? Si on le dit, ce groupe nous reprochera de l'accuser. Si on ne le dit pas, les autres nous reprocheront de le cacher.

Nous devons donc affiner ces règles sans cesse. Mais nous n'avons aucun doute sur la validité de notre doctrine de base. Depuis vingt ans, nous menons des sondages dans les pays où nous sommes actifs. Nous demandons aux personnes sondées pourquoi elles nous écoutent, et elles répondent systématiquement: pour l'information. D'autres raisons peuvent être aussi mentionnées: pour la bonne musique, pour telle ou telle émission... Mais on nous répond d'abord: „Je vous écoute parce qu'on peut avoir confiance dans ce que vous dites.” Même des présidents autoritaires nous écoutent, nous le savons, parce qu'ils savent qu'ils peuvent croire ce que nous racontons. Et ça pèsera dans la balance si l'un ou l'autre est tenté de fermer notre station.

Un autre élément fondamental de notre doctrine, c'est la diffusion dans les langues du pays – autant que possible, les langues maternelles. Les équipes sont locales, des représentants internationaux de la Fondation peuvent être là, mais au quotidien ce sont des équipes locales qui animent les émissions.

Le 14 janvier, après le massacre à Charlie Hebdo, vous avez publié une opinion dans la presse, disant „qu'en Russie, en Chine, dans de nombreux pays d'Afrique ou d'Asie, voire d'Amérique, on n'a pas du tout la même conception de la liberté de la presse et de son rôle au sein de la société”. Pouvez-vous en dire davantage?

C'est une évidence: notre conception de la liberté de la presse va avec notre réalité sociale. La France en particulier est un pays qui pousse très loin le droit à dire ce qu'on pense, c'est perçu comme un valeur nationale. En Suisse, nous n'avons pas la même liberté de ton, c'est lié à notre réalité sociale et politique. Nous avons des différences qui nous obligent à faire un peu plus attention à nos

voisins, d'un canton à l'autre, d'une confession à l'autre, d'une langue à l'autre. Dans d'autres pays, vous avez des réalités politiques et sociales encore bien différentes. Il y a un lien très étroit entre la culture politique et la culture médiatique. Donc les conceptions de la liberté et de la responsabilité de la presse sont différentes.

Faut-il faire davantage attention, dans les pays où vous opérez, à éviter les mots qui peuvent blesser?

Non, même si les tolérances sociales sont différentes, on peut pratiquement tout dire. Mais pas n'importe comment. Si vous vous promenez dans les rues du Caire ou de Téhéran et vous écoutez les plaisanteries qui circulent sur les imams ou les mollahs, ils n'y vont pas de main morte, ou plutôt de langue morte! Mais ça ne peut pas être écrit, ou dit à la radio. Les lieux de l'humour ne sont pas les mêmes. La liberté d'expression est un combat à mener partout, et qu'il faut bien mener, dans le contexte où on est.

Pourquoi la Fondation interdit-elle tout commentaire dans ses médias?

Seulement les commentaires des journalistes. Nos auditeurs nous écoutent pour l'information. Les journalistes ont évidemment envie de dire ce qu'ils pensent, moi le premier! Mais nos auditeurs s'en fichent. Ce sont les faits qui les intéressent. En revanche, donner la parole aux acteurs politiques et économiques, c'est fondamental. Nous entretenons une véritable culture du débat. Une culture très suisse du débat, qui vise à trouver des solutions. Nous obtenons ainsi des résultats étonnants. Au Mali par exemple, il y a des acteurs politiques qui ne se parlent pas aux négociations d'Alger, mais qui discutent sur les ondes de Studio Tamani!

La population entend ces débats entre des adversaires qui, peut-être, se sont combattus les armes à la main, et ça crée automatiquement des ponts. Depuis vingt ans, nous constatons qu'on peut débattre publiquement de tout, mais de tout! Y compris des

sujets les plus tabous, comme les nominations aux postes les plus hauts de l'armée ou les excès d'une garde présidentielle. Et les intervenants qui discutent devant quelques millions d'auditeurs, devant un micro, sont toujours des gens polis...

Quels sont vos souvenirs les plus marquants pendant ces vingt ans?

Ce qui touche beaucoup d'entre nous, c'est la rencontre avec nos auditeurs. Je n'en ai pas souvent l'occasion, je travaille avec nos équipes, avec les donateurs, mais de temps en temps j'ai l'occasion d'écouter les gens qui nous écoutent. Et de les entendre dire à quel point c'est important pour eux. Parce que c'est extraordinairement important pour eux. Ils y tiennent.

Il n'y a pas très longtemps, j'ai demandé à rencontrer un groupe d'auditeurs au Mali. Les membres venaient de différentes régions du pays et n'étaient pas nécessairement d'accord entre eux. Mais ils nous disaient tous une chose que je n'avais pas bien mesurée jusque-là: qu'ils découvrent leur propre pays à travers nos émissions. Qu'ils découvrent ce que disent les autres. Je sais bien ce que fait Studio Tamani, mais cette réalité-là, je l'ai découverte en écoutant les douze personnes autour de la table. Et ces mêmes personnes nous disaient: il faudrait en faire beaucoup plus. Vous ne faites que deux heures par jour, il en faudrait beaucoup plus!

Si je viens de créer une Association des amis de la Fondation, c'est parce que notre boulot n'est pas d'ouvrir des stations de radio en Afrique. Notre boulot, c'est d'amener au sein de notre profession une véritable réflexion sur le rôle social des journalistes. A quoi servons-nous? Qui servons-nous? Il y avait dans le groupe un grand-père très noble et sa petite-fille, provenant du nord du Mali. Quand je l'entendais nous dire qu'il se sent bien quand il nous écoute, je me disais que ça nous interpelle tous. Et j'aimerais qu'on puisse discuter de ça au sein de l'Association des amis. J'aimerais que ce soit un lieu de réflexion sur notre métier, notre indépendance, notre force et notre responsabilité sociales.

Comment Studio Tamani contribue à réconcilier le Mali

Grâce à Hirondelle, les Maliens peuvent écouter chaque soir deux heures d'informations et de débats à l'impartialité reconnue. Le témoignage de Gérard Tschopp, qui y a effectué une mission pour la Fondation en janvier.*

Mon troisième séjour à Bamako a commencé au lendemain de l'effroyable attentat contre Charlie Hebdo. Le Studio Tamani – du nom d'un tambourin présent dans l'ensemble du pays – est installé à la

Maison de la Presse du Mali. Une belle surprise m'y attendait le samedi 10 janvier. Une grande banderole noire „Nous sommes tous Charlie” avait été accrochée sur la façade du bâtiment et, pendant toute la journée, des centaines de personnes – dont de nombreux confrères maliens – ont défilé dans le

hall d'entrée pour signer un livre de condoléances remis plus tard à l'ambassade de France. Ce geste de solidarité et de fraternité m'a beaucoup ému. Il démontrait la grande tolérance des Maliens très attachés au caractère laïc d'un Etat multiculturel où 95 % de la population est musulmane.



Un reporter au service de Studio Tamani.

Quelques jours plus tard, des milliers de personnes ont défilé pacifiquement depuis la Grande Mosquée jusqu'au monument de l'Indépendance pour protester contre la caricature du prophète Mahomet à la une de „Charlie Hebdo”. Parmi eux, plusieurs confrères maliens qui, quelques jours plus tôt, avaient manifesté leur solidarité avec le même „Charlie Hebdo”... Un étonnant paradoxe qui a nourri de grands débats au sein de la rédaction du Studio Tamani sur la liberté d'expression et d'information et ses limites.

Il aura fallu qu'un attentat meurtrier survienne à Bamako le 6 mars dernier où 5 personnes ont été assassinées et 2 militaires suisses grièvement blessés pour que l'on se souvienne que le Mali est toujours plongé dans une **crise profonde**. L'intervention de l'armée française (opérations Serval puis Barkhane), le déploiement des soldats de la MINUSMA (Mission de l'ONU au Mali), des élections présidentielles et

législatives plutôt réussies et l'accord de paix conclu à Alger quelques jours avant l'attentat de Bamako ont pu laisser croire que la situation s'était normalisée. Malheureusement, il n'en est rien. Les divers groupes djihadistes ont subi de lourdes pertes mais n'ont pas été éradiqués. De plus, il n'est pas certain que tous les mouvements rebelles touareg respectent les termes de l'accord d'Alger. Attentats et accrochages se déroulent presque quotidiennement dans le Nord du pays où de nombreuses régions échappent toujours au contrôle du gouvernement. On peut craindre désormais que le Sud ne soit plus épargné par les groupes terroristes.

L'arrivée de la Fondation Hironnelle (FH) au Mali s'inscrit donc tout à fait dans sa mission et sa raison d'être: offrir une information fiable et indépendante dans les pays en crise ou postcrise, principalement à travers des radios dédiées. La création du Studio

Tamani est pourtant originale à plus d'un titre. D'abord parce que la FH n'a pas initié ce projet. A l'occasion d'une séance du CIRTEF (Conseil international des radios et télévisions d'expression française) en décembre 2012, le président de l'URTEL (Union des radios et télévisions libres du Mali, qui regroupe quelque 300 radios) a abordé les représentants de la FH et a formulé une „demande d'appui et d'expertise professionnelle”. Les choses sont ensuite allées très vite puisque le projet a été élaboré après une mission de la Fondation Hironnelle à Bamako en février 2013.

Autre aspect original: le projet n'a pas débouché sur la création d'une nouvelle radio mais sur la mise en place d'une rédaction autonome **offrant quotidiennement deux heures d'information à 23 radios privées** disséminées dans l'ensemble du pays (à l'exception de Kidal, où aucune radio n'est à même d'émettre encore aujourd'hui). Le financement fut

assuré par l'Union européenne en mai 2013 et les émissions ont démarré le 19 août 2013. Un véritable exploit car il a fallu tout construire à partir de zéro: obtenir les autorisations nécessaires, trouver et transformer des locaux, créer un studio radio, engager, former et équiper une vingtaine de journalistes et de traducteurs maliens, des techniciens, du personnel administratif et définir une politique RH cohérente. L'engagement du staff de la FH fut exemplaire et l'appui du président de l'URTEL, M. Daouda Mariko, décisif.

Cette mobilisation exceptionnelle reflète l'enthousiasme, l'expérience et le professionnalisme des employés de la FH. Elle a débouché sur une programmation désormais bien rodée comprenant chaque jour, entre 17h et 19h, un journal d'actualité en 5 langues (français, bambara, peulh, tamasheq et sonrhai), un magazine sur la vie quotidienne des Maliens et une grande émission de débat de 45 minutes appelée le Grand Dialogue. La rédaction peut en plus s'appuyer sur une vingtaine de correspondants émanant des radios partenaires. Le Grand Dialogue aborde avec tact mais sans tabou tous les sujets d'actualité et donne la parole à tous les acteurs concernés. Une grande attention a été apportée à la place des femmes dans la société malienne, à la réconciliation nationale et au dialogue interculturel.

L'impartialité du Studio Tamani est reconstruite par tous les acteurs maliens et internationaux sur place. On peut s'en convaincre en consultant le site studiotamani.org et en y écoutant en direct ou en différé ses émissions. Qualitativement, les auditeurs apprécient la faculté de se forger leurs propres opinions. Les émissions, selon eux, contribuent à la réconciliation nationale et à la stabilisation démocratique du pays tout en permettant de mieux mesurer les grands défis de la société malienne.

Les premiers **résultats d'audience** sont bons, voire très bons, tant sur le plan quantitatif que qualitatif. Une étude réalisée en août 2014 par un institut indépendant sur trois sites met ainsi en évidence que près de 45 pour cent des habitants de Tombouctou et de Banamba (une zone rurale à une centaine de kilomètres de la capitale) écoutent quotidiennement le programme du Studio Tamani. Le chiffre

tombe à 12 pour cent à Bamako où la concurrence est très vive et où d'importants problèmes de diffusion subsistent. Le passage prochain à une soixantaine de radios partenaires, dont plusieurs à Bamako, devrait améliorer la situation.

La rapidité et l'ampleur du succès de ce projet sont impressionnantes. Les défis, pourtant, ne manquent pas.

Défi n° 1: la concurrence. Avec les crises successives, le Mali a glissé en 2015 à la 118^e place du classement de la liberté de la presse dans le monde établi par Reporters sans frontières (RSF). Le paysage médiatique malien est plutôt diversifié mais demeure extrêmement fragile. Les titres de presse écrite sont nombreux mais les contenus sont plutôt maigres et peu originaux. Le diffuseur d'Etat, l'ORTM, détient un quasi-monopole en télévision hertzienne et on dénombre plus de 300 stations de radio. Peu sont vraiment professionnelles, mais la radio reste le média qui a le plus d'impact.

Le „communiqué final”

Au Mali, les journalistes sont très mal payés, lorsqu'ils le sont. Conventionnellement, le salaire mensuel est inférieur à 150 francs suisses. Nos confrères occupent donc souvent plusieurs emplois et sont réduits à accepter les „communiqués finaux”. De quoi s'agit-il? D'enveloppes contenant quelques dizaines de francs distribuées par les organisateurs de manifestations ou de conférences de presse. Cette pratique est bien entendu interdite par la FH, sous peine de licenciement immédiat. Les salaires versés aux journalistes et au personnel du Studio Tamani sont bien supérieurs aux minima conventionnels et doivent permettre de vivre convenablement à Bamako. Une pratique parfois critiquée par les concurrents du Studio Tamani qui accusent la FH de casser le marché. Un comble! G. T.

Le Mali intéresse beaucoup les grands diffuseurs internationaux. RFI peut être captée dans presque tout le pays et va bientôt diffuser un programme matinal en bambara à Bamako. La Voix de l'Amérique (rebaptisée pour l'occasion Voice of Africa) étudie un projet similaire et la radio de la MINUSMA a commencé à diffuser ses programmes il y a quelques semaines. Le Studio Tamani va donc affronter une concurrence féroce, mais ne manque pas d'atouts: un professionnalisme croissant, un réseau de correspondants inégalé qui lui assure une légitimité nationale et, on l'a vu, une image très positive.

Défi n° 2: une extension à maîtriser. La diffusion sur près de 60 radios va incontestablement renforcer le caractère national du Studio Tamani. La production devra toutefois être développée le matin, car comme partout la radio est très écoutée en début de journée. Plusieurs projets sont à l'étude. Leur réalisation devra s'appuyer sur un financement complémentaire et sur une adaptation non négligeable de l'organisation de la rédaction.

Défi n° 3: la pérennisation. Grâce à son succès, le financement du Studio Tamani est pratiquement assuré pour les trois prochaines années. Aujourd'hui, deux expatriés – le représentant national de la FH et le rédacteur en chef – dirigent le projet. Des cadres locaux ont été engagés, formés et encouragés et ils prennent de plus en plus de responsabilités. Ils devront encore être renforcés et formés. L'objectif de la FH est en effet de confier entièrement le projet à des Maliens à moyen terme. Il convient donc de mettre en place des ressources stables et durables, y compris commerciales. On l'aura compris, c'est un travail de longue haleine.

En mesurant les progrès accomplis ces derniers mois par la rédaction et les services logistiques, je suis convaincu qu'il est possible d'ancrer durablement le Studio Tamani dans le paysage médiatique malien.

* **Gérard Tschopp**, ancien directeur de la Radio suisse romande, est aujourd'hui consultant médias indépendant. Il accomplit notamment des mandats pour la FH, la RSI et l'UER. Il est aussi président de la section suisse de RSF.

Face aux excès de la relecture et des chargés de com

Les textes à soumettre, les questions à l'avance, les filtres des services de communication: le travail des journalistes se complique. Comment faire face? Par Alain Maillard

„C e qui pourrait passer pour une simple politesse est devenu un cauchemar. Nous en sommes bientôt à devoir soumettre les questions et les réponses comme des secrétaires qui proposeraient des versions différentes à leurs patrons.” **Raphaël Besson**, correspondant de l'Agence télégraphique suisse dans le canton de Vaud, est inquiet: les exigences de ses interlocuteurs ne cessent d'augmenter. „On me dit: vous devez me montrer le résultat! Certains voudraient presque écrire nos textes eux-mêmes. Et même quand il y a un enregistrement, ils veulent parfois retoucher: oui, c'est vrai que je l'ai dit, mais...”

Cette tendance pose un double problème: d'entrave au travail et de perte d'authenticité des contenus. Attendre les corrections sur les citations soumises est particulièrement délicat pour une agence, quand ça retarde la diffusion des dépêches. Et les corrections vont toujours dans le sens de lisser les propos cités, de favoriser la langue de bois. Comment résister, quand les communications sont devenues si faciles? Quand le président du Conseil d'Etat, Pierre-Yves Maillard, garantit par exemple qu'il relira très vite sur son smartphone? Il le fait, mais d'autres sont plus lents; comment assurer une égalité de traitement? Et que faire si l'interlocuteur veut une modification qui fait perdre tout intérêt à son propos?

Le journaliste n'a souvent guère le choix. Dans un contexte de crise des médias traditionnels, le rapport de force ne lui est plus très favorable. Pour tenir son délai, pour ne pas perdre son interlocuteur en d'autres occasions, il va concéder la relecture et les corrections. „Cette dérive est très

perverse, estime Raphaël Besson, car elle permet aussi aux journalistes de se dédouaner de toute responsabilité. Lorsque je lis certaines interviews, c'est malheureusement l'impression qu'on peut avoir. Face à ça, je trouve qu'il devient nécessaire de réagir et de fixer des limites, ce que je fais dans ma pratique, même si ce n'est pas couronné de succès à chaque fois.”

A Genève, les entraves aux interviews directes sont devenues telles que l'Association genevoise des journalistes, section locale d'impressum, a obtenu un rendez-vous de mise au point avec les communicants de l'Etat. **Olivier Francey**, journaliste au „Temps” et ancien président de l'AGJ, nous résume les doléances des journalistes par... courriel.

› „La multiplication des interviews par e-mail, avec l'impossibilité de joindre les magistrats directement. Cela pose plusieurs problèmes: les réponses écrites par les communicants sont le plus souvent très indigestes et trop institutionnelles. Cette méthode nous empêche de rebondir sur les propos. Enfin, plus grave, certains porte-parole récrivent nos propres questions. Mis en compétition, certains journalistes préfèrent passer par des interviews réalisées par e-mail que d'abandonner l'interview.

› La difficulté à joindre directement les fonctionnaires, que ce soit pour un sujet ou pour un simple portrait. Tout sujet devient très compliqué à aboutir dans des temps raisonnables, étant donné les incessants va-et-vient entre les journalistes et les porte-parole sur des corrections de citations.

› Il devient difficile de distinguer les cahiers des charges des porte-parole qui sont des chargés de communication d'un départe-

ment de ceux, politisés, qui communiquent pour un magistrat. Et certains de nos membres doutent de la véracité des réponses données. Sont-ils d'ailleurs tenus de tout dire? Si non, pour quels motifs?

› Toujours dans le cadre d'interviews, certains journalistes envoient la totalité de l'article aux magistrats. Ce qui rend la tâche difficile pour ceux qui s'y refusent.”

La rencontre prévue le 12 mars a été annulée, le rédacteur en chef de la „Tribune de Genève”, **Pierre Ruetschi**, ayant fait savoir que son journal ne pourrait être lié par des nouvelles règles qui auraient été négociées de cette manière. „L'association fait ce qu'elle veut bien sûr, nous explique-t-il, mais la „Tribune” ne peut se conformer à des règles négociées par d'autres. Je suis moi-même en discussion avec des secteurs de l'administration cantonale notamment et j'interviens pour obtenir des améliorations. Lorsque les journalistes de la „Tribune” ont des problèmes de communication avec des institutions publiques ou privées, j'estime que c'est à la rédaction en chef de saisir ces institutions et de poser ses exigences, voire de négocier. Les pratiques et les règles définies par les divers médias de la place sont différentes. Les nôtres sont strictes et je n'entends pas me conformer à des règles définies par d'autres organisations qui ont peut-être aussi d'autres besoins.”

Mais sur le diagnostic, Pierre Ruetschi partage très largement l'avis du syndicat. „Le problème principal, c'est l'accès aux sources directes. A l'hôpital, par exemple, il est souvent difficile de parler aux médecins souhaités sans passer par des communicants. La cellule de communication nous fait attendre et voudrait répondre à leur place. Quand il y a eu des craintes de propa-

gation du virus Ebola, au début on ne voulait nous donner aucune information sur le dispositif, de peur, nous disait-on, d'affoler la population! Nous faisons face, de plus en plus, à une volonté de contrôler le message, l'information. Et quand la curiosité des journalistes s'en écarte, les communicants ferment les portes pour se protéger.”

La „Tribune de Genève” a ses règles sur la relecture et s'y tient, à en croire son rédacteur en chef: soumission des citations quand elle est demandée, mais aucun droit à exiger des corrections ou à ne pas publier. Au **New York Times**, par contre, l'inflation des exigences a été jugée si problématique que la décision a été prise en septembre 2012 de ne plus accorder, en règle générale, de droit à la relecture.

La directive interne du journal a été publiée: „Malgré les efforts de nos rédacteurs, nous craignons que l'exigence d'approuver les citations („quote approval”) par les sources ou leurs attachés de presse n'est allée trop loin. Cette pratique risque de donner l'impression à nos lecteurs que nous cédon trop de contrôle à nos sources. Dans ses formes les plus extrêmes, elle invite les attachés de presse à intervenir de façon excessive dans les discussions traditionnelles qui se déroulent entre le journaliste et une source sur les conditions de l'interview. Aussi, à partir de maintenant, nous voulons tirer une ligne claire à ce sujet. Les journalistes devront refuser si une source exige, comme condition d'une interview, que les citations soient soumises après coup à la source elle-même ou à un attaché de presse pour relecture, approbation ou correction. Nous savons que nos reporters rencontrent des obstacles croissants à Washington, Wall Street ou ailleurs. Nous voulons renforcer leur position en repoussant les limites de la pratique de l'approbation de citations, qui nous déplaît à tous.”

Sur son blog, „Béquilles”, le journaliste au „Temps” et ancien rédacteur en chef de „L'Hebdo” **Jean-Claude Pécelet** (à qui nous reprenons la traduction de la directive du „New York Times”) ajoutait alors ce commentaire: „En Suisse, le phénomène s'aggrave du fait que même les interviews officielles, au contenu généralement anodin, font l'objet de relectures systéma-

tiques. L'exemple mythique reste une interview de Flavio Cotti réalisée par „Le Monde”, tellement réécrite par le service de presse du conseiller fédéral que le journal avait décidé de publier les deux versions. Dans les couloirs du Palais fédéral, les exemples ne sont pas toujours aussi extrêmes, mais de plus en plus, le journaliste est prié d'envoyer ses questions par courriel et reçoit des réponses écrites en langue de bois de l'administration.

Nombre de politiciens se plaignent d'avoir fait de mauvaises expériences, d'avoir vu leurs propos déformés ou montés en épingle – les médias doivent aussi en prendre pour leur grade. Des éditeurs eux-mêmes s'en mêlent: certains introduisent un contrôle de qualité, font retéléphoner aux sources pour vérifier qu'elles ont été correctement contactées et citées. Tout cela part d'une bonne intention mais mène tout droit à un journalisme aseptisé, sans audace ni couleur.”

Aux pièges des transmissions faciles et de la pression à la rapidité s'ajoute un autre facteur: la multiplication des chargés de communication. Responsable de la formation des journalistes au CFJM, **Marc-Henri Jobin** souligne qu'ils sont maintenant trois ou quatre fois plus nombreux que les journalistes et qu'ils doivent justifier leur emploi – les plus redoutables étant souvent d'anciens journalistes, plus enclins à contester la teneur et à vouloir réécrire. Quand il dirigeait la rédaction de l'ats, il a „souvent dû défendre mes journalistes face à des armadas de communicants que nous appelions les porte-silence. Certains ne voulaient pas comprendre que nous faisions des dépêches et non des communiqués.”

L'ats, comme la plupart des médias, n'a pas de directives internes à ce sujet, à la manière du „New York Times”. Une position ferme de l'éditeur ou de la rédaction en chef à ce sujet ne renforcerait-elle pas la position des journalistes? Marc-Henri Jobin préfère qu'on se réfère aux directives du Conseil de la presse (CSP), valables pour toute la profession, même si elles ne fixent pas de règles contraignantes (voir encadré).

Aux apprentis journalistes, il recommande: de ne pas soumettre systématiquement les contenus, et quand on le fait seulement le verbatim (les propos entre

Conseil de la presse, directive 4.5: Interview

Une interview journalistique repose sur un accord entre deux partenaires, qui en établissent les règles. Des conditions particulières fixées avant l'enregistrement (par exemple: interdiction de poser certaines questions) doivent être rendues publiques lors de la publication. En principe, les interviews font l'objet d'une autorisation. Les journalistes ne sont pas autorisés à construire une interview à partir d'une conversation informelle sans l'accord explicite de la personne interrogée. Au moment d'autoriser la publication, la personne interviewée ne peut pas apporter de modification substantielle au texte (modification du sens, biffer ou rajouter des questions). Elle peut cependant corriger des erreurs manifestes. La personne interrogée doit pouvoir reconnaître ses déclarations, même dans un texte très résumé. Si aucun accord ne peut être trouvé, les journalistes ont le droit de renoncer à une publication ou de rendre le désaccord public. Lorsque les deux parties se sont entendues sur une version, il n'est plus possible d'avoir recours à des versions antérieures.

guillemets); de ne jamais fournir les questions à l'avance (ou seulement les thématiques); de demander que ce soit la personne interviewée qui relise elle-même ses citations, et non son chargé de communication; de faire valoir „que personne n'y gagne à diffuser un texte lisse”.

Soumettre seulement le verbatim? Ce n'est pas l'avis de **Peter Studer** dans ses „Repères pour un journalisme responsable”, disponibles sur le site du CSP: „Dans les interviews, les entretiens aux fins d'enquête et les formes mixtes (par exemple conversation dans le cadre d'un portrait), l'interlocuteur a le droit de regard non seulement sur ses citations entre guillemets, mais aussi sur les passages qui lui sont attribués en discours indirect.”

Et si la profession se mettait d'accord afin de renforcer sa position?

NB. La plupart des citations dans cet article sont de source écrite. Les citations orales n'ont pas été soumises à leurs auteurs.

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS CONCERNANT L'UNE DE NOS 16 CLINIQUES?

HIRSLANDEN 

NOUS NOUS FERONS UN PLAISIR D'Y RÉPONDRE:
medien@hirslanden.ch ou 044 388 75 85

Dr Peter Werder, Chef du département Communication d'entreprise, Seefeldstrasse 214, 8008 Zurich, www.hirslanden.ch

Votre ligne
de télécommunication **058 221 98 04**



Swisscom SA, Group Communications & Responsibility, Media Relations, 3050 Berne
Fax 058 221 81 53 – www.swisscom.ch – media@swisscom.com

SRG SSR

FAIRNESS
INDÉPENDANCE

GLAUBWÜRDIGKEIT
CREATIVITÀ
DIVERSITÄT

RSI RTR RTS SRF SWI

L'information assurée
Prévention, Assurance, Réadaptation

suva

Mieux qu'une assurance

Suva
Communication d'entreprise
medias@suva.ch
www.suva.ch

Tel. 026 350 37 82
Fax 026 350 36 23

Les réseaux sociaux font-ils des personnages publics?

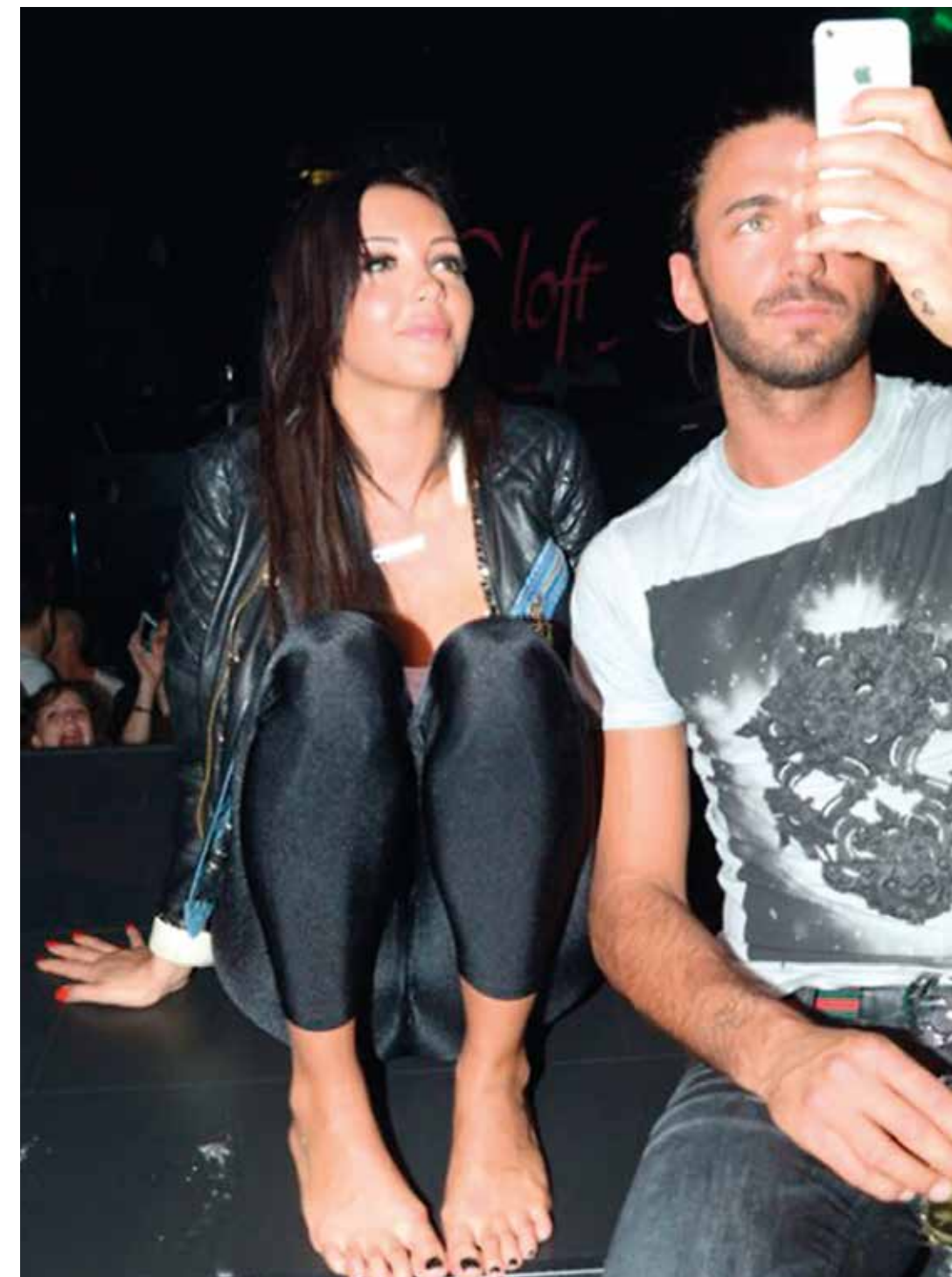
Parmi les motifs faisant exception à la protection de la vie privée figure la notoriété publique. Faut-il élargir aujourd'hui cette notion? Etude de cas.

Par André Loersch

On attribue à Andy Warhol cette prédiction, basée sur le développement des médias de masse, que chacun aurait désormais droit à „15 minutes de célébrité”. C'était à la fin des années 60, et le pape du pop art n'avait sans doute pas pressenti l'avènement d'Internet, qui offre à chacun, sinon la célébrité, du moins la possibilité d'assurer sa propre publicité en continu. De là à transformer un journaliste utilisateur assidu des réseaux sociaux en un personnage public, voilà le pas qui a été franchi sur le site du magazine fribourgeois Sept.info en janvier dernier.

L'affaire, qui a provoqué de vives réactions de journalistes romands sur ces mêmes réseaux sociaux, se résume comme suit. Le 22 janvier, un jeune journaliste comparait devant le Tribunal correctionnel de Lausanne pour y répondre d'une série d'accusations portées contre lui par son ex-compagne qui vont de l'injure au viol, en passant par des dommages à la propriété, menaces et contrainte sexuelle. Le jour-même, un compte rendu est publié dans le „Club” du site d'information fribourgeois, zone d'accès libre où les auteurs peuvent publier librement leurs textes. L'auteur, Christian Humbert, est un journaliste expérimenté, et contributeur de Sept.info. Son compte rendu, rédigé sous forme d'un article, inclut le nom, prénom, et la photo du jeune journaliste, prise à la sortie du tribunal.

Ces éléments provoquent un débat très vif portant sur la pratique et l'éthique journalistique: les règles concernant la publication de l'identité d'une partie à une procédure judiciaire, la notion de présomption d'innocence, la définition du concept de personnalité publique. Avec une dimension nouvelle, époque oblige: l'activité assi-



La Genevoise Nabilla médiatise sa vie privée pour devenir célèbre.

due d'une personne sur les réseaux sociaux en fait-elle une personnalité publique, justifiant un intérêt public à un type d'information que l'on ne publierait pas à propos d'un citoyen lambda?

Car c'est là l'un des éléments d'explications principaux avancés par le journaliste Christian Humbert, chroniqueur judiciaire chevronné. Le journaliste accusé, expliquait-il alors, n'est pas un inconnu. Il s'agit d'un „journaliste qui ne se cache pas, bien au contraire, sur les réseaux sociaux”, et qui a „lui-même rendu public son expul-

„Un journaliste n'est pas en soi une personnalité publique.”

Daniel Cornu

sion de son appartement par sa copine le 31 janvier à minuit 03. Il a donc choisi d'étaler sa vie publique. D'autres posts, de la victime reconnue par la procureure cette fois, ont donné jusqu'au numéro du dossier pénal.” Et de dénoncer „l'hypocrisie” de ses détracteurs: „Que n'aurait-on dit s'il s'était agi d'un simple conseiller municipal UDC?”

Cet argumentaire n'aura toutefois pas empêché Christian Humbert de retirer le nom de l'accusé, suite aux premières réactions que la publication avait suscitées, ne laissant que ses initiales sur le site, de cacher le visage de l'accusé puis, dans un deuxième temps, de retirer la photo.

Qu'un journaliste, de par sa profession même soit une personnalité publique, voilà qui ne semblait pas convaincre nombre d'internautes: „Que le journaliste dont il est question ici décide de raconter sa vie, en l'occurrence son expulsion, sur Facebook n'est pas un crime”, écrivait ainsi l'un d'eux. „Une bêtise tout au plus, un manque de pudeur assurément. Mais qu'un confrère balance son nom dans un média, quel qu'il soit et quoi qu'on en pense, est tout simplement scandaleux.”

En mars, la publication, par la presse alémanique, des états de service militaire du rédacteur en chef de la „Weltwoche” Roger Köppel venait en quelque sorte offrir un point de comparaison. C'est que, depuis l'annonce officielle de sa candidature pour le parlement national aux prochaines élections fédérales, Roger Köppel est devenu un personnage d'avantage public que ses pairs. Et le fait qu'il ait été libéré de ses obligations militaires par un psychiatre, suggérant une éventuelle dérobade de sa part, prend une lumière particulière, et d'intérêt public, a jugé la presse alémanique, puisque le candidat Köppel défend publiquement l'idée d'une armée de milice forte pour la Suisse.

„Il est indéniable que des personnalités peuvent acquérir une vraie notoriété sur Internet”, souligne pour sa part **Michel Jeanneret**, rédacteur en chef de l'hebdomadaire „l'Illustre”, qui s'intéresse régulièrement à la vie privée des personnalités. „Mais la notion même de personnalité publique reste intangible.” Si les réseaux sociaux favorisent l'émergence de nouvelles personnalités publiques, pour Michel Jeanneret elles ne le deviennent

La directive 7.2 du Conseil suisse de la presse

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

- > d'apparition publique ou d'autorisation;
- > de grande notoriété en rapport avec la relation médiatique;
- > de mandat politique, de fonction dirigeante étatique ou sociale dans le contexte du récit;
- > de danger de confusion;
- > d'un autre intérêt public prépondérant.

véritablement que „dès le moment où les médias traditionnels les consacrent comme telles.”

Quant à savoir si la profession de journaliste confère par elle-même le statut de personnalité publique, Michel Jeanneret, parlant de la Suisse romande, imagine que cette notion pourrait s'appliquer, à la rigueur, à quelques „journalistes de la télévision romande, très populaires, très familiers des téléspectateurs, et qui jouent eux-mêmes le jeu d'une certaine ouverture sur leur vie privée”. Dans le cas du journaliste zurichois Roger Köppel, conclut Michel Jeanneret, „on est en plein dans un cas d'école: un candidat aux élections dont le parcours pourrait être en contradiction avec ses déclarations politiques, ce qui justifie un intérêt public”.

„Un journaliste n'est pas en soi une personnalité publique”, relève pour sa part **Daniel Cornu**, ex-rédacteur en chef de la „Tribune

de Genève” et médiateur pour les publications romandes du groupe Tamedia. „Les nouveaux médias n'y changent rien. Rien ne justifie la publication d'une information sans rien direct avec l'activité publique d'une personne.” La définition d'une personnalité publique resterait donc ce qu'en disent les normes déontologiques actuelles: une personne exerçant ou brigant un mandat électif, une personne du monde du spectacle jouant le jeu d'une certaine transparence sur sa vie, ou encore une personne exerçant une fonction dirigeante, pas seulement étatique, mais aussi, par exemple sociale. Et ce ne serait que lorsque l'information, liée par exemple à une procédure judiciaire, est liée à cette même fonction, que la publication de l'identité de la personne peut se justifier.

„A priori, non, ni le statut de journaliste ni une activité intense sur les réseaux sociaux ne confèrent à quelqu'un le statut de personnalité publique”, résume **Dominique von Burg**, président du Conseil suisse de la presse (CSP), avant d'évoquer une certaine réserve dans ses commentaires, le CSP ayant été saisi d'une plainte concernant le cas de la publication de Sept.info. Ce sera, selon lui, une première: le CSP se prononcera sur le rôle éventuel des réseaux sociaux, de la fréquence et de la nature de leur utilisation, dans la définition du concept de personnalité publique.

Du côté de la partie plaignante, Thomas Barth, avocat du journaliste accusé par son ex-compagne, est catégorique: „S'agissant de journalistes, seuls quelques rares personnalités des médias télévisuels rentreraient potentiellement, en Suisse, dans cette définition, qui doit toutefois demeurer étroite.” Une catégorie à laquelle n'appartiendrait pas son client, „dont l'activité se limite à l'animation à compte d'auteur d'un blog et de ses pages personnelles sur les réseaux sociaux, ainsi qu'à son travail, rémunéré cette fois-ci, pour le compte d'un média écrit”. Contacté par Edito, le client de Thomas Barth n'a pas souhaité lui-même faire de commentaires, s'en remettant aux déclarations de son avocat.

Quant à Patrick Vallélian, directeur du site Sept.info, il avait dans un premier temps accepté de répondre aux questions d'Edito. Puis, après avoir demandé à relire ses propos avant parution, puis à voir l'article dans son entier, il a fini par revenir sur sa décision, demandant à ce qu'Edito ne publie aucune citation de sa part. Dommage pour le débat.

Publicité

Abonnez-vous à EDITO +KLARTEXT!



Réservez dès maintenant le prochain
EDITO +KLARTEXT
grâce à un abonnement
annuel de 69 francs

www.edito.ch
abo@edito-online.ch

service de presse

EVIUP ERDÖL-VEREINIGUNG
UNION PÉTROLIÈRE

Union Pétrolière

Spitalgasse 5, 8001 Zurich
Tél. ZH: 044 218 5010, Tél. SR: 021 732 1861
Internet: www.petrole.ch

Contacts presse

Rolf Hartl, Président, hartl@erdoel.ch
Roland Bilang, Directeur, bilang@erdoel.ch
Martin Stucky, Responsable Suisse romande, stucky@erdoel.ch

Deux visions du syndicat

Le 10 mars, le comité de la section vaudoise d'impressum a démissionné en bloc, invoquant de fortes divergences avec la centrale. Débat sur le métier et le rôle du syndicat.



Dominique Diserens,
secrétaire centrale d'impressum



Thierry Brandt,
ancien président de la section vaudoise

Le métier de journaliste est-il maintenant en danger? Pourquoi?

Dominique Diserens: Les conditions de travail des journalistes se péjorent. Une étude de l'Université de Fribourg qui vient d'être publiée l'atteste scientifiquement. Non seulement cela porte atteinte à la qualité, mais cela met en danger l'indépendance journalistique. C'est aussi attesté. Des journalistes quittent le métier de plus en plus nombreux. Certains jeunes restent parfois trois ans et s'en vont. Le métier doit donc redevenir plus attractif. Pour cela, impressum s'engage, notamment aussi à tout faire pour qu'il y ait une CCT en Suisse alémanique et au Tessin. Par ailleurs, cette CCT doit également être pleinement respectée en Suisse romande.

Thierry Brandt: Je vois au moins trois menaces. Primo, les pressions économiques et financières exercées sur les rédactions par les éditeurs et propriétaires de médias, qui sont souvent plus préoccupés par la consolidation de leurs marges que par la qualité de l'information. Ensuite, la multiplication des sources d'information et le développement exponentiel des réseaux sociaux, dont les animateurs ne sont souvent pas des journalistes et ne respectent par conséquent pas les règles de la profession. Enfin, la mauvaise organisation de notre corporation qui conduit à son affaiblissement, pour ne pas dire à sa précarisation. Beaucoup de ceux d'entre nous qui parviennent à survivre dans cet environnement sont découragés et font simplement ce qu'on leur dit de faire. La résignation conduit parfois à la servilité.

Quels sont pour vous les enjeux les plus importants pour le journalisme, ces prochaines années, en Suisse?

Dominique Diserens: Les éditeurs doivent jouer leur rôle, responsables socialement. Qu'ils arrêtent de couper dans les effectifs, investissent dans le contenu et donnent de l'air aux rédactions avec des conditions de travail agréables. La gratuité sur Internet fait oublier que l'information a un coût. De grands acteurs comme Google font des milliards de chiffre d'affaires grâce à l'information qu'ils ne paient pas. Des aides directes pour des nouveaux acteurs seraient une option; des droits d'auteurs en faveur des journalistes que devrait verser Google seraient aussi une piste.

Thierry Brandt: Ils sont aussi considérables qu'exaltants. Car la transformation en profondeur de nos métiers n'est pas uniquement négative. Il y a un, ou plusieurs modèles à réinventer. Cela peut aussi se révéler positif.

Dans ce contexte, quel doit être le rôle d'un syndicat tel qu'impressum?

Dominique Diserens: Impressum est la plus grande organisation professionnelle de journalistes de Suisse. Elle doit avoir une force de propositions reconnue, vu son ancrage, que cela soit en matière d'aide, de conditions de travail, de respect de la CCT. Avec les autres associations elle doit négocier une CCT en Suisse alémanique et au Tessin. Elle doit aussi être partie prenante de la CCT de la SSR. Elle doit être là pour aider ses membres, que cela soit individuellement ou collectivement, les conseiller, les défendre. Elle doit être une plaque tournante de référence pour le métier de journaliste. Que cela soit respecté et reconnu par tous. En effet, impressum et les sections font tout cela, en coopérant et en utilisant les moyens disponibles le plus efficacement possible dans ces buts.

Thierry Brandt: J'ai dit dans une de mes récentes interventions que notre association ne pouvait plus fonctionner comme „une sorte d'amicale”. J'ai volontairement forcé le trait, mais c'est bien de cela qu'il s'agit. Jusqu'au milieu des années 1990, le dialogue avec les éditeurs – qui étaient alors d'authentiques patrons de presse – était relativement franc et aisé. On pouvait parler de véritable partenariat. Aujourd'hui, le dialogue est tendu, la convention collective de travail n'est bientôt plus qu'une coquille vide, les négociations se concluent toujours à notre détriment. Au sein d'impressum, nous connaissons trois problèmes. Il faut le dire clairement: nous avons un problème de positionnement, un problème d'organisation et un problème de personnes. Lequel se traduit par une direction et un secrétariat central qui ne représentent pas une force de proposition et sont absents du débat public. Sans oublier la léthargie d'une profession qui peine à se mobiliser collectivement. Mais voulons-nous vraiment changer la donne? Je suis plutôt pessimiste à cet égard.

E LE SENTIMENT DE CHRISTOPHE GALLAZ

Célébrité creuse et notoriété substantielle

On découvrira deux thèmes apparemment divergents dans les pages de ce journal. Ils nous conduisent pourtant de manière indirecte au même constat. Le premier d'entre eux: toujours plus d'interlocuteurs sollicités par la presse réclamant de pouvoir relire leurs citations, leur interview ou leur portrait, sinon récrire eux-mêmes leurs propos.

Et le second: à partir de quand une personnalité devient-elle publique, au sens où son nom peut être cité dans le cadre d'un procès, par exemple? Question liée: que vaut la célébrité résultant pour tout anonyme de sa seule présence sur les réseaux dits sociaux d'Internet?

Ces objets de réflexion sont évidemment complexes et délicats. Ils me semblent pourtant signaler un seul et même phénomène – celui d'un déficit „identitaire” professionnel et culturel qui s'aggrave en permanence, et depuis longtemps quoiqu'en sourdine, au sein du microcosme médiatique.

Si toujours plus d'interlocuteurs sollicités par la presse demandent voire imposent de relire ou récrire ce qui les concerne, c'est en effet parce que la notion d'„auteur” s'est effondrée dans la perception que les journalistes ont d'eux-mêmes.

Ils ne s'affirment plus comme auteurs et signataires dans la Cité, en effet, ne s'y imposent plus comme tels et ne s'y font plus respecter comme tels. Dans leur masse et dans leur moyenne, ils se sont au contraire laissés apparaître comme les simples rouages de la grande machine à communiquer contemporaine, marqués par une angoisse considérable de détonner, desquels on peut par conséquent exiger toujours plus de souplesse et d'orthodoxie.

Et si les mêmes journalistes en sont à se demander à partir de quand une personnalité devient publique, ou ce que vaut la célébrité résultant pour tout anonyme de sa présence sur les réseaux sociaux d'Internet, c'est peut-être pour des motifs analogues.

S'étant eux-mêmes dévitalisés comme coauteurs critiques de la Cité, ils ne perçoivent plus en celle-ci les „notoriétés substantielles”, comme on pourrait les qualifier. Je parle ici des notoriétés fondées sur la démonstration d'un travail réel, sur l'exercice d'un pouvoir effectif, sur le déploiement d'une aura spirituelle durable, ou sur la persistance d'un rayonnement intellectuel avéré.

Ils perçoivent de préférence dans cette Cité d'aujourd'hui les renoms façonnés à coup de „likes” sur Facebook, ou les réputations momentanées relevant du fameux quart d'heure warholien suscité par la grâce d'un scoop ou de toute autre „exclusivité”. C'est où nous en sommes – sauf exceptions d'autant plus réjouissantes et magnifiques, bien entendu.



Christophe Gallaz
est journaliste, essayiste et écrivain.

Par Médiateur

„Je suis reconnaissante au journalisme qui m'a nourrie, et qui m'a appris à écrire pour être lue, à écrire efficacement”, disait-elle en 2011. **Anne Cunéo** fut journaliste à mi-temps à la TSR pendant à peu près toute sa carrière et consacra l'autre mi-temps à publier des livres (une trentaine) et réaliser des films. Quadrilingue, passionnée de Shakespeare, auteure la plus lue en Suisse romande, elle a reçu une douzaine de prix parmi lesquels le prix Schiller pour l'ensemble de son œuvre et le prix des libraires pour „Le Trajet d'une rivière”. A un ami, elle a confié peu avant d'être emportée le 11 février par la maladie: „J'aurais tellement aimé en écrire encore un.”

Il aura fallu cinq ans de travail de classement et d'inventaire pour répertorier et présenter 27 mètres linéaires de documents. Les archives de **Roger de Diesbach** (1944–2009) sont désormais disponibles à Fribourg. On peut y consulter ses dossiers d'enquêtes pour l'agence qu'il avait fondée à Rossens, le BRRI (Bureau de reportage et de recherche d'informations), ou pour ses autres employeurs (Le Matin, le Journal de Genève, La Liberté).

Extrait du communiqué de l'Etat de Fribourg: „A travers la documentation rassemblée, les notes de lectures et d'entretiens, les correspondances et autres bribes d'information, on voit l'enquête se développer et progresser, avec toutes les difficultés qui peuvent se dresser en chemin. (...) L'intérêt est d'autant plus grand qu'il s'agit ici d'un journaliste aux exigences éthiques et civiques affirmées, soucieux de la liberté la plus étendue face à tous les pouvoirs.”

Autant la nomination avortée de Markus Somm avait déclenché des vagues et d'émoi médiatique, autant celle d'**Eric Gujer**, 52 ans, a ramené l'événement à sa dimension habituelle, quasi insignifiante. La „Neue Zürcher Zeitung” présente pourtant son nouveau rédacteur en chef, auteur de livres politiques sur l'Allemagne, comme „un des journalistes et intellectuels les plus importants de Suisse”. Dans ce cas pourquoi le conseil d'administration a-t-il mis plusieurs mois pour le repérer? Journaliste depuis près de trente ans à la NZZ, chef de la rubrique internationale depuis 2013, il passe pour un conservateur ouvert au monde. C'est apparemment l'essentiel.

Be Curious TV, nouvelle chaîne vaudoise „à l'approche féminine de l'information” créée par **Leila Delarive**, propose des émissions de débat et de divertissement telles que „La vie, la mort, la coiffure”. Son démarrage en février a subi quelques problèmes de diffusion qui n'ont pas entamé son optimisme sur Facebook: „Chers curieux, dimanche soir l'émission „On n'est pas dans la merde” portait plutôt bien son nom. En effet, en raison de problèmes techniques indépendants de notre volonté et aussi encombrants que l'ego de Fred Valet (rédacteur en chef, NDLR), nous sommes dans l'incapacité de diffuser la première édition de „Qu'est-ce qu'elle a ma girl?” ce soir. Nous en sommes évidemment navrés. Rendez-vous demain, même heure! Ce n'est que de la télévision.”

Depuis qu'il a publié douze caricatures de Mahomet dans „Jyllands-Posten” en 2005, **Flemming Rose**, 57 ans, est devenu un „acteur central et déterminé” de la liberté d'expression. Il participe à des débats et groupes de réflexion partout dans le monde, il a publié un livre sur ces expériences (en anglais, „The Tyranny of Silence”, non traduit en français), il vit sous protection policière et vient de recevoir le prix annuel du Club danois de la presse.



Anne Cunéo,
Roger de Diesbach,
Eric Gujer



Que penser de la redevance généralisée?

Le 14 juin, les Suisses voteront sur la révision de la loi sur la radio et la télévision.
Le tour des positions et des arguments, par Philipp Cueni

Le référendum contre la révision de la loi fédérale sur la radio et la télévision a été lancé par l'USAM (Union suisse des arts et métiers). Celle-ci s'attaque surtout à la Société suisse de radiodiffusion et lui lance un reproche après l'autre depuis plusieurs semaines: la SSR soutiendrait financièrement la révision de la loi, les journalistes n'y seraient pas indépendants dans le traitement de la campagne en vue de la votation, elle réclamerait des budgets beaucoup plus élevés et donc une augmentation massive de la redevance. Tout cela n'est pas étayé et plusieurs affirmations sont simplement fausses.

Mais s'agit-il dans cette votation de donner son avis sur la SSR? En réalité non: elle ne recevrait ni plus ni moins d'argent avec le nouveau système. Il s'agit en fait de renforcer le principe du service public dans le domaine médiatique.

La révision de la loi définit un nouveau mode de perception de la redevance indépendamment de la question du financement des programmes. Derrière cette révision, il y a une réflexion politique fondamentale: la radio et la télévision contribuent au débat politique nécessaire en démocratie – nécessaire pour tout le monde. Même ceux qui ne consomment pas (vraiment pas du tout?) les programmes en profitent donc aussi. Ce principe de solidarité, nous le connaissons dans d'autres domaines: tout le monde ne mange pas du chocolat, mais l'industrie chocolatière est soutenue par les impôts que tout le monde paie – sans que l'USAM s'en offusque.

A la conférence de presse de la conseillère fédérale Doris Leuthard, le 16 mars, le journaliste de la „Weltwoche” a demandé au représentant des radios privées, d'un ton plein de reproches, pourquoi celles-ci soutiennent la révision de la LRTV. Sa réponse: parce que l'association considère non seulement que le nouveau système sera meilleur, mais sera aussi dans son propre intérêt puisque les stations privées, de radio et de télévision, en recevront une plus grande part et bénéficieront en plus de quelques millions pour la formation de leurs employés.

Le nouveau système n'est pas seulement plus juste, débarrassé du problème

des consommateurs clandestins, il nécessite aussi moins de bureaucratie – finis les contrôles Billag – et la redevance diminuera de 462 francs aujourd'hui à environ 400 francs par an.

Alors pourquoi l'USAM a-t-elle lancé le référendum? En l'occurrence elle ne représente que les 16 pour cent des entreprises qui, dans le nouveau système, avec un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 francs, devront payer davantage. A voir la campagne qu'elle mène, on a plutôt l'impression qu'il s'agit, en accord avec l'UDC, d'attaquer la SSR et le service public.

Ce qu'en dit le monde médiatique

L'Union des villes suisses et les défenseurs des consommateurs étaient représentés à la conférence de presse du Conseil fédéral, pour défendre la révision de la loi. Plus étonnamment, Economiesuisse a pris position en sa faveur. Les partis vont bientôt donner leurs mots d'ordre. Et les médias? Les radios et télévisions privées ont clairement pris position pour, ce qui n'est pas étonnant puisqu'elles vont en profiter. Les éditeurs de presse (Médias suisses) plaident aussi pour le OUI. La Société suisse de radiodiffusion (SSR), contrairement à ce que prétend l'USAM, ne prend pas position. Quant aux trois syndicats, ils approuvent la révision (voir ci-contre).

Ce qui ne veut pas dire que tous les journalistes soutiennent la révision de la LRTV. Le journaliste spécialisé de la NZZ sur l'actualité des médias, Rainer Stadler, a mentionné toute une série de motifs justifiant le nouveau système de redevance, mais il a tout de même pris position en faveur du NON pour une raison fondamentale: les rares personnes qui ne consomment jamais de radio ou de télévision ne devraient pas, selon lui, être astreintes à payer la redevance.

A Genève, Pascal Décaillet, ancien présentateur de „Forums” à la Radio suisse romande, devenu journaliste indépendant combat ce qu'il appelle un „impôt déguisé” et milite „féroce”, comme il le dit dans une interview disponible sur lesobservateurs.ch, „non pas contre le service public mais pour son redimensionnement drastique” – ce qui excluerait la diffusion de courses de Formule 1 ou de séries TV américaines. En cas de OUI le 14 juin, dit-il, „le grand perdant sera la pluralité et donc le journalisme. Je crains une uniformité qui pourrait être étouffante.”

Ces dernières semaines, plusieurs journalistes ont attaqué la SSR en lui adres-

sant ce reproche partiellement douteux: que leurs collègues du service public ne pourraient traiter la révision de cette loi de manière indépendante. On pourrait peut-être en déduire à tort, selon la même logique, qu'ils doivent eux-mêmes suivre les instructions de leurs éditeurs.

Compte tenu des réductions d'effectifs et de la dégradation de leurs propres

conditions de travail, il est possible que des journalistes de presse écrite aient peu envie de défendre une amélioration des celles dont bénéficient – par comparaison – leurs collègues à la SSR. Pourtant, un affaiblissement de la SSR ne leur apporterait rien: il affecterait encore davantage les barèmes et les conditions d'activité.

Sur la définition du service public

En 2011, le Conseil fédéral répondait à une motion de Filippo Leutenegger lui demandant, en anticipation de l'introduction d'une redevance généralisée, de „définir les prestations de service public de la SSR». Il estimait alors qu'elles sont suffisamment définies: „D'une part, les contenus échappent à toute définition juridique précise. Comment, par exemple, décrire précisément les prestations culturelles? D'autre part, vu l'évolution dynamique des marchés et de l'offre des médias, une entreprise de service public doit disposer d'une marge de manœuvre suffisante lui permettant de tenir compte rapidement des changements. Enfin, des prescriptions trop précises seraient contraires à l'autonomie des programmes garantie dans la Constitution. Les médias ne peuvent remplir leur fonction sociale et politique que s'ils ont une liberté suffisante. Le changement de système de perception de la redevance ne change rien à ces considérations.»

Ce qu'en disent les syndicats

Syndicom: „Une redevance qui dépend de la possession d'un appareil de réception n'est plus adaptée à l'époque depuis longtemps, et ses coûts de perception sont excessifs. Un bon service public n'a pas besoin de contrôles, mais de notre solidarité. La SSR et en partie aussi les médias privés remplissent avec leurs programmes une tâche indispensable pour la démocratie. La redevance radio et TV assure aussi de bonnes conditions de travail: la SSR a accepté une convention collective de travail, ce dont les autres journalistes allemands et tessinois ne peuvent que rêver. Parce que nous nous engageons en faveur de meilleures conditions de travail dans les médias, et pour un soutien ciblé aux médias, mais avant tout parce qu'un service public indépendant et de qualité est essentiel pour la formation de l'opinion publique, nous soutenons la révision de la LRTV.”

impressum: „Des moyens suffisants doivent être mis à disposition d'un journalisme diversifié et professionnel. L'offre journalistique doit être à la hauteur des exi-

gences de notre société démocratique et pluraliste. Remettre en cause le financement du service public par la redevance créerait un vide qui ne pourrait être comblé ce jour par aucune solution alternative réaliste. Beaucoup de places de travail de journalistes sont menacées. Le changement du système de redevance assure le financement du journalisme à la SSR et dans les médias électroniques privés. C'est pourquoi impressum recommande le OUI.”

SSM: „Le nouveau système est meilleur et plus juste, parce que la redevance va baisser, les consommateurs clandestins ne le seront plus et on aura moins besoin de la bureaucratie de la Billag. Il apporte des améliorations nécessaires pour les radios et télévisions privées. Enfin, il renforce l'idée du service public dans le domaine des médias. L'existence d'offres publiques et privées dans le système médiatique contribue à la tradition de diversité, ainsi qu'à un certain niveau de journalisme et de conditions de travail.”

Le temps incertain du drone

Nouvel outil d'investigation, l'appareil volant télécommandé est toléré en Suisse comme ailleurs en l'absence provisoire de lois contraignantes. Mais le contexte se durcit aux USA et en France. Par Gilles Labarthe / DATAS

Howie Severino, reporter pour le groupe de télévision GMA Network, aux Philippines, n'a aucun doute: „Aujourd'hui, le journalisme vit à l'ère des drones." Plusieurs fois primé pour ses enquêtes, son intérêt s'est concentré ces dernières années, explique-t-il, sur les nouveaux outils technologiques. Le phénomène en est à ses balbutiements, mais sera appelé à prendre de l'ampleur: „Moi, j'ai tout simplement commandé le mien sur Amazon: un Phantom Quadcopter, que j'ai équipé d'une caméra GoPro."

Depuis, les séquences captées grâce à ce genre d'outil ont pris une place de choix dans ses réalisations. Par exemple en ouverture d'un de ses derniers films documentaires, „Black Manila". La mégapole est l'une des plus peuplées et des plus polluées d'Asie. „Mais la partie la plus sombre de notre capitale, ce sont les bidonvilles. Nous avons utilisé un drone pour les survoler au plus près." Un lent travelling aérien montre à l'écran une étendue chaotique, sur des kilomètres: abris de fortune, cabanes en bois et tôle ondulée, noircies, perdues sous une épaisse fumée, sans lumières ni électricité. Une misère saisissante, à perte de vue.

Pour l'heure, il serait encore assez facile de travailler avec un drone pour des reportages aux Philippines. Pas de règles vraiment contraignantes, juste une autorisation des services de l'aviation civile à obtenir. „Cela ne veut pas dire qu'on peut faire n'importe quoi. Nous avons préféré anticiper la situation en développant de notre propre initiative, au sein de notre média, des standards d'utilisation avec des critères stricts, similaires à ce qui se pratique dans des pays occidentaux: anticiper

les problèmes de sécurité en cas de chute de l'appareil, ne jamais filmer une manifestation avec un plan de vol qui fasse passer le drone au-dessus de la foule, mais plutôt longer le cortège en restant sur les côtés, garder un contact visuel permanent avec l'appareil, etc."

Ces deux dernières années, des drones ont été utilisés avec succès pour montrer le nombre de manifestants réellement mobilisés dans des marches de protestation en Asie, infirmant des déclarations officielles. Ou pour témoigner de violences commises contre des manifestants par les forces de l'ordre à Istanbul, en juin 2013. Ils ont permis de survoler et documenter des zones interdites, difficiles d'accès ou contaminées – comme Tchernobyl, dans le cadre d'un reportage pour la chaîne CBS News, diffusé fin 2014.

Ils peuvent aussi servir à recenser et illustrer le patrimoine immobilier de fonctionnaires corrompus, dénoncer leur train de vie sans rapport avec leur salaire officiel. Un principe de „naming and shaming" que préconise Sheila Coronel, ancienne directrice du Stable Center for Investigative Journalism à l'Université Columbia, aux Etats-Unis: „Depuis longtemps, mon hobby, c'est de prendre en photo les domaines et palaces des politiciens fortunés." Les drones sont venus démultiplier les possibilités de capter des images comme éléments d'évidence, de preuve.

Les drones sont très en vogue aux USA, même si leur usage à des fins journalistiques reste interdit, dans l'attente d'une loi d'encadrement demandée par le Congrès pour fixer leurs conditions précises d'autorisation. Plusieurs établissements nord-américains ont inscrit les

drones à leurs cursus de formation au „journalisme digital". Le College of Journalism and Mass Communications de l'Université Nebraska-Lincoln a ainsi créé le **Drone Journalism Lab** en novembre 2011. L'Ecole de journalisme de l'Université de Missouri a développé le Missouri Drone Journalism Program – dont les activités extérieures ont été réduites en 2013 après une mise en garde de la Federal Aviation Administration-FFA.

Les partisans du „Drone journalism" craignent que la FFA, tolérante dans le domaine du modélisme en tant que loisir, n'applique cette année une nouvelle loi liberticide – bientôt finalisée – limitant fortement le rayon d'action et la portée de ce type de technologie dans un cadre professionnel. Une plaie pour des reporters qui avaient l'intention de recourir à des drones pour filmer la pollution et les ravages sanitaires causés par des sites industriels, d'agriculture ou d'élevage extensifs, par exemple. Avec d'autres, qu'ils soient militants écologistes ou dirigeants d'institutions, ils espèrent une prochaine „libération du ciel pour les drones à usage civil", selon l'expression consacrée.

Pour sa part, le journaliste d'investigation américain Will Potter a lancé un appel à financement pour un projet d'enquête intitulé **„Drone on the farm"**, destiné à dénoncer les „usines à viande" que sont les élevages extensifs de type CAFO („Concentrated animal feeding operations"). Il a déjà récolté plus de 75 000 dollars en quelques mois, mais l'avenir de ce projet reste en suspens. Outre une future autorisation de la FFA et les nouvelles contraintes qui seront imposées, il devra aussi obtenir au préalable celle des pro-



L'ouverture du pont de la Poya à Fribourg, une image vendue par par Media Drone.

priétaires des usines avant toute prise de vue. Faute de quoi, il risque une amende plus lourde que celle qui pourrait concerner les éleveurs pour „actes de cruauté" envers les animaux.

D'où ce dilemme: comment enquêter avec un drone, s'il faut prévenir à la fois les autorités et les acteurs concernés du plan de vol, de ses intentions exactes et du sujet de l'investigation? Pour Will Potter, comme pour d'autres journalistes, il s'agit de faire primer l'intérêt public prépondérant, et de se référer pour l'instant à des règles déontologiques proches de celles qui encadrent le recours exceptionnel à la caméra cachée, face au droit à l'image, au respect de la sphère privée et à la protection des données. Une confrontation sur le terrain juridique semble inévitable.

En France, c'est sur ce terrain que s'est déroulé un récent quiproquo opposant les autorités à trois journalistes de la chaîne qatarie Al-Jazeera: le 25 février, ils ont été placés en garde à vue après avoir fait voler un drone à Paris. Leur reportage était consacré aux mystérieux survols nocturnes à répétition de points sensibles de la capi-

tale ces dernières semaines. Le pilote du drone – un journaliste britannique – a été condamné le 3 mars à une amende de 1000 euros et son drone confisqué. Le parquet de Paris a ouvert une enquête pour „vol par aéronef en zone interdite", confiée à la section de recherches de la gendarmerie des transports aériens. Le 6 mars, quatre autres journalistes, de la Bayerischer Rundfunk (radio-télévision bavaroise), ont encore été interpellés au parc de la Villette, dans le nord de Paris. Depuis le 5 octobre 2014, une soixantaine de survols par des drones ont été constatés au-dessus de centrales nucléaires ou de sites sensibles à Paris, selon le ministre français de l'Intérieur Bernard Cazeneuve.

En Suisse, l'usage de drones à des fins journalistiques se serait limité jusque-là au simple reportage et à la couverture d'événements divers (sportifs, culturels, catastrophes naturelles, incendies, etc.) A Fribourg, le quotidien „La Liberté" a ainsi mandaté en ce sens la société Média Drone, qui fournit diverses prestations de captage d'image, pour filmer l'ouverture du pont de

la Poya. Joint par téléphone, son responsable, Michaël Perrottet, nous rappelle les démarches de base: „Pour tout appareil de plus de 30 kilos, une autorisation doit être obtenue auprès de l'OFAC – l'Office fédéral de l'aviation civile. Les nouvelles consignes depuis la loi du 1^{er} août 2014 sont: ne pas survoler une foule de plus de 24 personnes à moins de 100 mètres de distance et pour des questions de sécurité, toujours maintenir un contact visuel permanent sur l'appareil. La demande peut prendre deux mois pour aboutir, selon l'évaluation des risques et de la machine, et coûter de 50 à 700 francs. En Suisse, il y a toutefois encore une certaine tolérance au niveau du modélisme."

Média Drone n'aurait reçu à ce jour aucune demande à visées d'enquête journalistique: „Nous avons plutôt des mandats à caractère promotionnel et publicitaire. Nous avons déjà été contactés pour quelques demandes concernant de l'espionnage, industriel ou privé: nous les refusons catégoriquement. Nous n'entrons même pas en matière. Il en va de la protection des données privées."

Un remède à la crise: la „FondAction”

*Le livre de l'économiste Julia Cagé, „Sauver les médias”, propose un modèle hybride novateur pour dépasser la loi du marché et garantir l'indépendance. Par Claudine Girod**



Pour Julia Cagé, l'information doit être un bien public.

sion, pouvoir grandissant de groupes de presse toujours plus monopolistiques dont les intérêts économiques et politiques s'expriment sans complexe au grand jour.

Aucune thérapie n'est jusqu'ici proposée pour laisser entrevoir un espoir de guérison. Les remèdes prescrits restent inefficaces. De vieilles recettes. De nouvelles formes de synergie, „pots communs”, „économies d'échelle” provoquant baisse des effectifs et uniformisation de l'information... Pour l'économiste Julia Cagé, rien n'est inéluctable! Non, les médias ne sont pas condamnés à l'agonie. Mais à condition de s'émanciper de toute une kyrielle d'illusions – l'illusion publicitaire en premier lieu, mais aussi celle de la concurrence ou encore celle des vastes audiences à trouver sur Internet.

Dans son tout récent ouvrage, „Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie” (Seuil), cette enseignante à Sciences Po Paris plaide pour sortir de l'impasse en proposant un nouveau modèle: **la société de médias à but non lucratif**, qu'elle désigne par le néologisme de „FondAction”. Ses objectifs: répondre au problème de la sous-capitalisation des médias, assurer un meilleur fonctionnement démocratique au sein des entreprises de presse, défendre l'information comme un bien public.

Ce nouveau mode de capitalisation et de gouvernance se situerait „à mi-chemin entre la société par actions et l'illusion coopérative de l'égalité absolue et rigide entre salariés, toutes deux ayant montré leurs limites”, argumente Julia Cagé: „La société de média emprunte à la fondation le caractère illimité des dons et la possibilité pour les personnes ayant investi de petites sommes

Un simulateur de la société de médias à but non lucratif est proposé sur le site <http://sauver-les-medias.com/>. Il montre avec des exemples comment seraient pondérés les apports en capital et le pouvoir de décision. Ici l'exemple 3: „Exemple d'un média avec un gros actionnaire apportant un million d'euros, et 1000 petits actionnaires apportant chacun 500 euros. Dans la société par actions classique, le gros actionnaire a 67 pour cent des voix et les petits actionnaires 33 pour cent. Dans la société de média, avec seuils à 1 pour cent et 10 pour cent et coefficient de minoration de 0,33, l'équilibre des pouvoirs est totalement inversé: le gros actionnaire a 37,5 pour cent des voix et les petits actionnaires (crowdfunders) 62,5%.”



dans le cadre du crowdfunding – financement participatif – ou d'actionnariat salarié de se regrouper en association et disposer de droits de vote préférentiels” (voir encadré).

Titulaire d'un doctorat de Harvard, Julia Cagé ne peut être taxée d'idéologue antilibérale ou de naïve idéaliste. Pas de diabolisation de l'argent ni de discours moralisateur. Elle ne cache pas sa préfé-

rence pour des titres sans publicité mais ne fait pas pour autant du renoncement à la publicité la condition sine qua non d'une FondAction. En finir avec **l'illusion publicitaire**, cette „croyance selon laquelle le marché publicitaire s'étendrait indéfiniment”, s'impose néanmoins comme un impératif.

„La courbe des revenus publicitaires rapportée au PIB est en baisse constante aux Etats-Unis depuis 1980. A 10 ou 15 ans, on tend vers des rentrées quasi nulles”, avance Julia Cagé. „L'arrivée d'un nouveau média fragilise le marché en le morcelant. La gratuité d'Internet n'a fait qu'accentuer ce problème. La chute des recettes publicitaires provoque des recapitalisations.” L'illusion des audiences en ligne en millions vient compliquer la donne: „En 2012, Internet représentait encore moins de 5 pour cent du revenu total des journaux papier en France. Un lecteur papier génère vingt fois plus de recettes publicitaires qu'un lecteur en ligne.”

Les fâcheux ne pourront s'empêcher d'objecter qu'un simple statut ne permettra pas de résoudre la crise des médias. Auraient-ils oublié le rêve d'Hubert Beuve-Méry: „Ne pourrait-on pas imaginer que la propriété des biens (de presse) fût assumée de façon désintéressée, soit par une vaste société de lecteurs, chacun fournissant régulièrement sa contribution, soit par une sorte de fondation, comme il en existe aux Etats-Unis?” Le fondateur du „Monde”, au vu de ce qu'est devenu le „journal de référence” entre les mains du triumvirat BNP (Bergé, Niel, Pigasse), doit aujourd'hui se retourner dans sa tombe...

* Claudine Girod est journaliste et blogueuse indépendante - www.citizencloro.org Sous Les Pavés La Page

FIFDH: un média de solutions?

Le Festival du film et forum international sur les droits humains (FIFDH), lancé à Genève il y a 13 ans, est devenu un phénomène médiatique européen, sinon mondial: dix jours par an pour parler du mal qui ronge l'humanité et de ses remèdes, en miroir aux séances du Conseil des droits de l'homme. Il est aujourd'hui largement répercuté, grâce à des partenariats avec le Temps, RTS, arte, France Culture, TV5, Huffington Post, Euronews et autres.

Le cinéma a plus d'atouts que les autres médias pour „toucher le cœur, comprendre les causes réelles de l'horreur, trouver des solutions”, selon les mots de la directrice du FIFDH Isabelle Gattiker. Le Festival utilise tous les ingrédients pour séduire les relais médiatiques. A commencer par l'invitation de pointures comme Eric Cantona (président du jury des documentaires) ou Edward Snowden, ou le message spécial de Ban Ki-moon.

Le FIFDH parvient à coller au plus près de l'actu: Ebola, climat, caricatures, com djihadiste, hécatombe des migrants en Méditerranée, cybersurveillance, lanceurs d'alerte, finance, drones... C'est aussi un lieu où se croisent cinéastes, banquiers, ambassadeurs, résistants, victimes, témoins, journalistes. Grâce aux synergies croissantes avec l'ONU, les universités, les écoles, le Club diplomatique, la politique étrangère suisse, le bouillonnement „droit-de-l'homme” déborde largement le cercle des initiés. Ainsi Cantona, avec son film Foot et Immigration, a fait salle comble dans une maison de quartier de Meyrin.

Super. Mais est-ce que ça change le monde? Avec 1,3 million de budget, guère supérieur à celui d'autres festivals, impossible de mener une étude d'impact. Ou d'organiser d'autres événements durant l'année. Ou de faire venir des journalistes des pays à problème...

On sait par bribes que des rencontres informelles ont eu des effets, comme il y a trois ans entre Robert Badinter et l'avocate des homosexuels au Cameroun Alice Nkom. L'ancien ministre français met tout son poids dans cette cause. De même, Julien Lusenge, qui lutte contre les viols au Congo RDC, a pu remettre sur pied son ONG après avoir vu la maire de Genève Sandrine Salerno. Ou encore, cette année, le pacifiste israélien Avraham Burg et la porte-parole palestinienne Leila Shahid sont partis à Berne pour des entretiens politiques.

Quant à savoir si ce média atypique est un réel catalyseur de solutions... quelle université serait prête à analyser sérieusement cette question d'intérêt public?



Daniel Wermus, journaliste

service de presse

Que ce soit un «Early Bird» ou un «Last Minute» – nous sommes toujours là pour vous!

Service de presse Hotelplan Suisse
Sägereistrasse 20, 8152 Glattbrugg, tél. 043 211 83 48
prisca.huguenin@hotelplan.com, www.hotelplan-suisse.ch

La pêche au Net

Entre blogs et sites spécialisés, Internet propose des opinions étayées et des analyses pertinentes sur la vie des médias. Dans cette rubrique, EDITO+KLARTEXT sélectionne quelques extraits. Les liens vers les articles complets figurent sur notre site, www.edito.ch

Internet, un service public?

La décision américaine de garantir „la neutralité du Net” a été bien accueillie en Europe. Parmi quelques voix dissidentes, celle du juriste **Thomas Duperier** sur bvoltaire.fr

//La neutralité du Net est un concept encore inconnu du grand public.

Plus pour très longtemps car, depuis la décision du régulateur des communications américaines (FCC) du 26 février 2015, il est interdit aux fournisseurs d'accès de bloquer arbitrairement des contenus légaux, de ralentir ou d'accélérer les flux de données sans justification ou de prioriser certains contenus transi-

tant par leur réseau moyennant paiement.

Les opérateurs qui détiennent les réseaux physiques des télécoms voulaient que les „gros” utilisateurs du réseau (comme Youtube ou Netflix) paient plus que les petits pour avoir une plus grosse vitesse. Aux Etats-Unis, les ménages se branchent sur le Net au travers des opérateurs du câble. Ces derniers ont souvent un monopole local, et pour les liaisons haut-débit par exemple, 55 pour cent des Américains n'ont pas la possibilité de faire un choix. Du coup, les prix sont souvent le double de ceux pratiqués en Europe. Cette décision du FCC est une bonne nouvelle pour les utilisateurs du Net, mais surtout un retour sur investissement pour les partisans de la neutralité et en particulier Google, qui avait financé la dernière campagne d'Obama. Grâce à ce dernier, ce puissant lobby a gagné le droit d'être encore plus riche en continuant à prendre une part croissante de la bande-passante sans s'acquitter du prix.

Plus inquiétant, cette histoire prend un virage monumental vers un contrôle gouvernemental d'Internet. En effet, en novembre dernier, Obama annonçait son intention de faire de l'accès à Internet un „service public” au même titre que l'accès à l'eau ou à l'électricité et pressait le FCC d'adopter „les règles les plus strictes possible”. Et de conférer aux opérateurs le statut de transporteurs publics alors qu'ils jouissaient jusqu'ici du statut de „service d'information”.

Ce reclassement en „transporteur public” pour „bien d'utilité publique” est certainement une manœuvre habile du gouvernement dont les internautes américains devront se méfier à l'avenir. Le concept de la neutralité du Net sonne bien à l'oreille avec son coté égalitariste, certes louable, mais il

faut garder à l'esprit que l'Etat, qui met en place cette idée, ne s'est jamais autant ingéré dans la vie privée, ne s'est jamais autant montré contre nos libertés, et n'a jamais montré autant de collusion avec les puissances financières, et le tout pour notre prétendu intérêt! Y aurait-il anguille sous roche? Reste à attendre la future législation européenne à ce sujet.//

Pourquoi on quitte le journalisme

Responsable de la filière journalisme à l'Ecole des métiers de l'information, **Olivier Quelier** livre ses réflexions sur son blog, grandeurSRvitude.com.

//Journaliste, un fichu métier? Aux Etats-Unis, l'étude annuelle de Career Cast révèle que c'est l'un des pires de 2014 (199^e sur 200 listés), juste après bûcheron – la différence se jouant sur le seul critère du salaire. En Belgique, „Journalistes”, la revue de l'Association des journalistes professionnels (AJP), présente un dossier sur les raisons qui poussent les journalistes à quitter le métier. La recherche „se base sur un mémoire de fin d'études rédigé par Hélène Brédart pour l'Université de Liège à partir de trente-huit entretiens qualitatifs”.

Voici les raisons qui, selon l'étude, poussent les journalistes à abandonner leur métier: l'accumulation des tâches, le manque de temps, l'obligation de produire rapidement des contenus pour plusieurs supports, l'évolution des contraintes éditoriales (la nécessité de faire toujours „plus court” et la déformation des contenus sont vécues comme une dépossession de l'autonomie journalistique), la lassitude, le salaire, les synergies, les horaires, le moral. Aux reproches traditionnels s'ajoutent les effets des nouvelles pratiques, d'autant plus pervers qu'ils attaquent davantage l'essence même du métier. Jamais le journalisme n'a été mis en danger par des horaires extensibles. Pas sûr qu'il résiste longtemps, sous sa forme actuelle, aux mutualisations, aux exigences d'immédiateté et à un développement numérique parfois anarchique.

Mais il faut compter sur la passion et l'imagination, sans cesse renouvelées, pour ce métier.//

Tamedia veut apaiser les commentaires

Ancien rédacteur en chef de la „Tribune de Genève”, médiateur chez Tamedia et auteur de plusieurs livres sur le journalisme, **Daniel Cornu** publie des réflexions sur sa page, mediateur.tamedia.ch.

//En 2014, quelque 15 pour cent des commentaires adressés aux versions électroniques des trois quotidiens romands de Tamedia ont été rejetés. Dans le détail, 17,5 pour cent sur le site du „Matin”, 11,5 pour cent sur celui de la „Tribune de Genève”, 11 pour cent sur celui de „24 heures”. Signe encourageant: ces taux, ici arrondis, sont en faible recul par rapport à 2013.

Les deux principaux motifs de rejet restent les mêmes. Parmi les commentaires écartés un bon tiers (35 pour cent) l'est pour insulte, plus d'un quart (28 pour cent) pour agressivité excessive. Cela signifie que plus des 60 pour cent des commentaires supprimés pourraient être mis en ligne si leurs auteurs, plutôt que d'éructer ou de lever le poing, se souciaient d'abord d'exprimer leur opinion, de chercher à convaincre au lieu de blesser. Outre ces deux motifs liés à des questions de comportement, subsistent évidemment des raisons plus profondes: des propos racistes (14 pour cent), contraires à la légalité (8 pour cent), diffamatoires (3 pour cent), sans parler de thèmes plus ou moins en phase avec des évolutions actuelles de la société (injures sur la religion ou homophobie, par exemple).

Il serait illusoire d'imaginer balayer toute expression publique heurtant ou offensant autrui, sous prétexte de salubrité médiatique. D'abord, parce que de telles expressions existent dans la société et émanent de personnes bien réelles. Ensuite, parce que les museler serait contraire à l'esprit d'une démocratie. Enfin, parce que la loi existe pour en limiter et punir les excès. Il appartient simplement aux médias de favoriser le débat public en réduisant sur leurs pages en ligne la part de commentaires frappés d'incivilité. C'est affaire de ton et de climat.

Les rédactions web des quotidiens romands de Tamedia viennent de procéder à un léger toilettage de leur charte des commentaires. L'application des conditions d'utilisation par les commentateurs s'annonce plus stricte. C'est pour bientôt. Il s'agit d'aménager sur les sites le cadre d'une discussion qui, même vive, ne tourne pas à la foire d'empoigne. Un mot d'ordre: on se calme, s'il vous plaît!//

La faute à la publicité

Sur son site commentaires.com, **Philippe Barraud** réagit à l'accident qui a tué dix participants à l'émission de télé-réalité française „Dropped”.

//Que des sportifs d'élite meurent le plus bêtement qui soit, c'est-à-dire pour une émission de télé-réalité, est un drame. Mais il y a plus révoltant: c'est qu'il y a des millions de gens pour regarder „ça”. Scotchés devant leur télé, ils sont alors prêts pour le gavage publicitaire, comme on donne des eaux grasses aux cochons. Notre civilisation mourra de pollution publicitaire.

C'est hélas indéniable: aujourd'hui, c'est la publicité qui régit nos existences, de l'aube à l'aube. Des smartphones aux médias imprimés, de la caisse des grands magasins au cinéma, des réseaux sociaux aux pylônes des télé-sièges, des stades de foot au Tour de France, et bien sûr à doses létales à la télévision, elle est partout, obsédante et agressive. Elle fait même de petites incursions sournoises sur notre radio d'Etat, mais alors elle devient hypocritement promotion...

La publicité n'a pas d'âme, pas de pays, et surtout, pas de valeurs. C'est un rouleau-compresseur mental, avide et apatride – qui parle anglais même à ceux qui n'entendent pas cette langue. Ainsi, elle peut décérébrer en paix, mondialiser des besoins que vous n'aviez pas la minute d'avant, et donc, vous forcer à acheter de toute urgence des biens dont vous ignorez l'existence hier encore. Elle a réussi l'exploit de pousser à un endettement catastrophique des millions de jeunes sans défense, que personne n'avait mis en garde, et pour cause: leurs parents, victimes eux aussi d'intoxication publicitaire massive, se sont endettés de la même manière!

Car bien sûr, les publicitaires savent y faire. Grâce à la publicité, des quantités de choses sont prétendument gratuites, ce qui est faux, évidemment: il y a forcément quelqu'un qui paie. Et les jeunes, qui n'ont jamais appris la valeur des choses, croient que l'on peut tout avoir gratuitement, légalement ou non, peu importe. Pour un peu, les publicitaires seraient considérés comme des bienfaiteurs de l'humanité.

Il faut donc se défendre, mais c'est un combat épuisant, tant la publicité a réussi à se donner une image positive, et à se rendre économiquement indispensable. Néanmoins, tentons de refuser la publicité, partout où c'est possible. Par exemple, être impitoyable avec ceux qui encombre notre boîte aux lettres de saletés publicitaires; boucler le bec aux radios commerciales vendues – débiles et inécoutables, de toute façon – et boycotter les bistrotts qui les diffusent; si vraiment on ne peut pas s'en passer, regarder la télévision en décalage, de manière à pouvoir sauter les blocs de publicité; c'est ce que font les cinéphiles, et ce que devraient faire les parents. Je ne suis pas loin de penser que la publicité fait plus de dégâts chez les enfants que toute la pourriture qui déborde des réseaux sociaux.

Le problème, bien sûr, est que tout se tient et donc, que la citadelle est solide. Prenez les journaux et magazines: un jour, leurs éditeurs ont renoncé à un principe fondamental – la valeur du produit – et bradé leurs imprimés sous prétexte que quelqu'un allait payer à la place du client.

Perversion complète des règles de base du commerce, qui aujourd'hui sonne comme un arrêt de mort, puisque les journaux n'intéressent plus les publicitaires et que le client, qui a pris le pli, ne voit pas pourquoi il payerait son journal quatre fois plus cher – qui est pourtant sa valeur réelle.

Fermer ses yeux et ses oreilles à la publicité demande un gros effort, mais c'est finalement un choix de vie, qui à terme, est extrêmement payant. On vit bien, on vit beaucoup mieux sans publicité. On s'élève au-dessus de la laideur et de la vulgarité qu'elle véhicule, on reprend sa liberté, on fait des choix conformes à nos besoins et à nos envies, qu'il s'agisse d'alimentation, de mobilité ou de loisirs.

Déjouer les pièges de la publicité peut d'ailleurs être un jeu stimulant, qu'il faut apprendre aux enfants. Et puis, il y a tant de choses plus intéressantes à faire qu'à regarder la télé, et son âme-damnée, sa complice qui tue: la publicité.

Car c'est elle, bien entendu, qui a tué les victimes de l'accident d'hélicoptère en Argentine, après deux autres morts déjà il y a deux ans en Thaïlande. Mais personne ne lui demandera des comptes.//



WORLD PRESS PHOTO

15

KEYSTONE présente

World Press Photo 15

Exposition | 7 – 31 mai 2015

Folium – Alte Sihlpapierfabrik, Sihlcity Zurich

Lu – Di 11h00 – 19h00 | Ve 11h00 – 21h00

Heures d'ouverture sous réserve de modifications

Informations sur www.keystone.ch

World Press Photo of the Year 2014 | Mads Nissen, Danemark, Scanpix/Panos Pictures
Jon et Alex, un couple d'homosexuels dans son intimité, Saint-Pétersbourg, Russie.

Organisateur

KEYSTONE

Sponsors



Canon

BAUMANN & CIE
BANQUIERS

gdz...

FOLIUM

Partenaires médias

NZZamSonntag

persönlich