EDITO + KLARTEXT

LE MAGAZINE DES MÉDIAS



Les recommandations de STOP SUICIDE

L'association publie une brochure et rencontre les rédactions.

Les médias et la paix

Deux expériences contrastées.

Football + Brésil = vertige médiatique

Non, il n'y a pas que la coupe du monde: le regard de Jean-Jacques Fontaine, journaliste suisse à Rio de Janeiro

EDITORIAL

LES 3èmes ASSISES DU JOURNALISME À L'OCCASION DU JUBILÉ DE LA CEDH:



AU CASINO DE MONTBENON À LAUSANNE

De nombreuses personnalités renommées et des experts débattront des thèmes suivants:

- + La CEDH et la liberté d'information en Suisse
- + Risques et protection des journalistes dans les zones de conflit
- + Puis-je écrire, Monsieur l'annonceur? La liberté interne de la presse et l'austérité dans les médias
- + Cyber surveillance: Protection des sources quo vadis?

D'autres informations suivront par Newsletter et sur le site www.impressum.ch











뺿



METROBOULOTKINO - LE CINÉ-CLUB CONSACRÉ AU MONDE DU TRAVAIL SORTIE ORGANISÉE PAR LA BRANCHE PRESSE ET MÉDIAS ÉLECTRONIQUES DE SYNDICOM

PROCHAIN FILM: « LES TRAVAILLEU (R) SES DU SEXE », DE JEAN-MICHEL CARRÉ LE 24 JUIN 2014 À 18H30 AU CINÉLUX À GENÈVE (8, BVD ST-GEORGE), SUIVI D'UN DÉBAT

L'association genevoise MetroBoulotKino (MBK) propose d'aborder les guestions liées au travail au travers de films suivis de débats. La Branche presse et médias électroniques organise une membres journalistes et autres intéressés lors du dernier film de cette saison. Joig

Le travail occupe une grande partie de notre vie, de notre énergie et de n Mais il fait rarement l'objet d'un débat public, politique et citoyen. C'est dans l'association MBK. Pour diffuser et discuter des problématiques liées au trav et l'organisation du travail, la souffrance et les risques qui y sont liés, le stat l'environnement économique, les résistances des employé-e-s. Chaque projection pour mieux cibler les enjeux contemporains du monde du travail, rencontrer des acteurs du monde du travail, prendre la parole sur son propre travail.

syndicom

Le programme, les infos pratiques et le formulaire pour devenir membre, se trouvent sur www.metroboulotkino.c Celles et ceux qui veulent participer à cette sortie commune peuvent s'adresser à patricia.alcaraz@syndicom.ch.



Schweizer Syndikat Medienschaffender Syndicat suisse des mass media Sindacato Svizzero dei massmedia

Au parlement, le SSM défend la formation et le perfectionnement:

Le SSM se bat pour que les excédents des recettes de la redevance (quote-part attribuée aux médias privés) soient allouées à la formation et au perfectionnement du personnel des diffuseurs privés de radio et de télévision. Contrairement au Conseil national, la Commission des transports et des télécommunications du Conseil des Etats a accepté ce point. Affaire à suivre!

www.ssm-site.ch



Alain Maillard, Rédacteur en chef

L'exigence de qualité

\intercal lle est partout. Elle est sous-jacente au débat sur le service public: est-il justifié par sa qualité? Est-il de qualité seulement parce qu'il en a davantage les moyens? Elle recule dans la presse à lire les études (controversées) de l'Université de Zurich ou à entendre la conseillère fédérale Doris Leuthard dans son discours devant le Swiss Media Forum de Lucerne, début mai. Surtout, nous savons qu'elle conditionne l'avenir du journalisme: quand l'information est omniprésente, abondamment produite et relayée, quand des robots peuvent formuler un contenu digeste, c'est évidemment la qualité qui fera la différence du métier.

Le savoir ne suffit pas à y parvenir. Parce que ça ne dépend pas que de nous, et les moyens d'exercer le métier tendent actuellement à rétrécir. Et parce que la qualité n'est pas facile à définir et à mesurer. Bien sûr, elle tient largement à une déontologie professionnelle, or nous avons la chance

d'en avoir une qui fait consensus, qui est bien enseignée, qui a été éprouvée par l'expérience. Pourtant, je ne suis pas certain qu'elle suffise.

Ce qui est critiqué dans les médias ne tient pas toujours, je crois, à l'insuffisance des moyens ou à des négligences déontologiques. Les traitements médiatiques de l'Ukraine ou du Brésil (lire en pages 20-21) en sont de bons exemples. Comme le ser"La qualité fera la différence du métier."

vice public (notre dossier en pages 6–13), le paysage médiatique a tant évolué que nous aurions peut-être un travail de redéfinition à accomplir. Il concerne surtout la transmission: comment se distinguer dans le brouhaha? Comment vendre l'information sans la dénaturer?



Grand merci, Helen

Elle était la correspondante de Klartext en Suisse romande, elle collabore à Edito depuis le lancement du magazine. Schaffhousoise d'origine, établie dans la région genevoise depuis près de 20 ans, Helen Brügger écrit dans les deux langues et nous sert naturellement de pont entre les régions linguistiques. Sa signature ne disparaîtra pas mais sera hélas moins active: elle a choisi pour des raisons privées de repartir du côté du Rhin. Pendant quelques mois, j'aurai eu le

privilège de bénéficier de son travail - de qualité - et de son formidable engagement professionnel; j'aurais aimé que ca dure. Chère Helen, nous t'adressons tous de chaleureux remerciements.



N° 03, juin 2014

Editeurs:

Verein EDITO+KLARTEXT, Bâle Magazine bimestriel Tirage: 10 923 Expl. d+f; ISSN 1663-4802

Adresse de la rédaction:

EDITO f. chemin des Glycines 4 1024 Ecuhlens. 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 Helen Brügger, rédactrice helen.bruegger@edito-online.ch Bettina Büsser, rédactrice bettina.buesser@edito-online.ch Production:

bachmann medien ag Thiersteinerallee 17 4053 Bâle, tél. 061 534 10 84 verlag@edito-online.ch www.bachmannmedien.ch Lavout: 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@zhindenmedien.ch

Abonnements:

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

Unionsdruckerei Schaffhausen

Edité par les associations professionnelles

www.edito.ch







Syndicat des médias et de la communication

03 | 2014 EDITO+KLARTEXT 3 2 EDITO+KLARTEXT 03 | 2014







6> Comment définir un service public de qualité? 24> Doit-il couvrir tous les grands événements sportifs, comme la coupe du monde de football?

ACTUALITÉ

6 Service public: le débat qu'on attend

La redevance radio-TV est généralisée, mais pour quoi faire? Les questions à se poser, des opinions, un débat politique.

14 Un combat permanent pour l'indépendance de son journal Portrait d'un brave: Louis Ruffieux, rédacteur en chef de la "Liberté".

18 Médias et suicide: une délicate pesée d'intérêts

Pourquoi STOP SUICIDE mène une campagne de sensibilisation dans les rédactions.

20 Un miroir déformant sur le Brésil

Comment la coupe du monde de football oriente (ou désoriente) l'information: le regard de Jean-Jacques Fontaine, ex-RTS établi à Rio.

L'AIR DU LARGE

23 Quand l'info fait la paix

Le journalisme constructif de Syfia, agence de presse en Afrique centrale.

24 Pays basque: pourquoi les médias "ont échoué"

Comment informer en temps de conflit? Mathieu Crettenand a étudié le cas basque.

SERVICES

26 La pêche au Net

Du Pulitzer aux écolières enlevées, quelques réflexions online sur le monde des médias.

A lire ce mois-ci dans l'édition allemande / im deutschen Heft:

 Die Ukraine-Krise zeigt die Krise im Auslandjournalismus
 Fussballjournalismus wird interessant, wenn Fachwissen dahintersteht, zum Beispiel über Taktik.

E Lettre ouverte à...

Cher Jacques Pilet,

"L'Hebdo" était bon pour la tête. Aujourd'hui, il est surtout bon pour les chasseurs de bonnes affaires, ceux qui traquent les "100 plus belles terrasses gourmandes" de Suisse romande ou les "25 lieux pour bien manger skis au pieds". Ou pour ceux qui rêvent de bomber le torse au "Forum des 100". Les autres lecteurs se contentent de tourner ces pages pour éviter le mal de tête.

Ne nous en prenons pas aux journalistes, qui sont excellents, parviennent encore souvent à nous intéresser et méritent tous les égards de la part d'un éditeur fier d'avoir une belle plume comme vous parmi ses consultants. Mais que faire quand le nombre de rédacteurs passe d'une cinquantaine à une petite quinzaine aujourd'hui? Même les "100 idées qui changent la Suisse" n'amélioreront pas, dans ces conditions, la qualité du seul newsmagazine de notre pays.

Tout cela, vous le savez. Et nous savons que votre ambition va au-delà. On dit que vous seriez l'artisan du rachat du "Temps" par Ringier, et que pour cela, vous auriez dû galérer, contourner le big boss Marc Walder, à Zurich, qui lui est plus enclin à conclure des contrats avec des sportifs et autres étoiles de l'entertainment, quitte à ne plus pouvoir couvrir leurs exploits de manière critique et sans se soucier pour autant des tristes effets sur la crédibilité de vos titres.

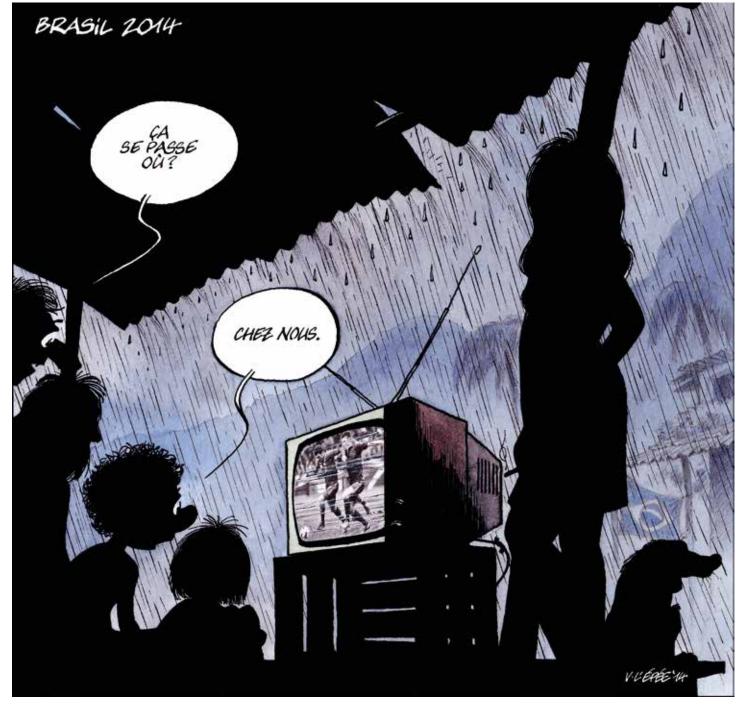
Le Temps appartient donc à Ringier. Toute l'équipe dirigeante, mais aussi l'administration, la pub, le marketing du journal auraient des soucis à se faire, selon ce qu'on peut entendre dans les couloirs. La rédaction, elle aussi, se fait des soucis depuis qu'on lui fait des déclarations abruptes du genre: "A ,l'Hebdo', ils arrivent à suivre l'économie avec un ou deux journalistes, alors qu'au ,Temps', vous en avez facilement une douzaine …"

Votre nom, cher Monsieur Pilet, est régulièrement évoqué comme une personne d'influence dans le projet de rapprochement, avec des "synergies" à venir entre le "Temps" et "l'Hebdo" et donc, sans doute, une éventuelle newsroom commune qui pourrait voir le jour. Les journalistes des deux titres ont beaucoup d'affinités et vont se comprendre. Mais ne craignez-vous pas que le rapprochement de deux directions éditoriales divergentes ne produise des monstres? On voit mal le "Temps" dresser la liste des "13 meilleurs fonds spéculatifs européens"...

Mais peut-être œuvrez-vous pour que tout se passe à rebours, et que revienne l'"Hebdo" d'antan, quand le magazine que vous dirigiez était craint et respecté? Si cela aboutissait à une telle fin, hollywoodienne, le Temps vous donnerait raison.

Avec nos salutations les meilleures, la rédaction EDITO+KLARTEXT





service de presse

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS CONCERNANT L'UNE DE NOS 14 CLINIQUES?

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

4 EDITO+KLARTEXT 03 | 2014 EDITO+KLARTEXT 5



Service public: le débat qu'on attend

Pour des raisons techniques, la redevance est étendue à tous les ménages. Le débat sur le rôle des médias publics aura lieu plus tard. Toutes les questions y seront-elles posées? Par Alain Maillard



u'il y ait besoin d'un service public en Suisse, personne ou presque ne le conteste. Surtout par souci d'assurer "la cohésion nationale", argument fréquemment invoqué sans être très étayé. Près de sept heures de débat au Conseil national, le 12 mars, sur la généralisation de la redevance à tous les ménages, ont clairement illustré ce soutien de principe. En ce mois de juin, c'est au tour des Etats. Seule fait débat l'ampleur du service public. Doit-il inclure du divertissement? Des sports coûteux? Faudrait-il le repenser, voire l'élargir, quand Internet modifie la consommation de l'audiovisuel?

Redéfinir le service public: une minorité du Conseil national aurait bien voulu le faire ce jour-là. "Ce changement de la perception de la redevance est l'occasion idéale de redéfinir ce qu'est le service public", a plaidé par exemple l'UDC zurichois Max Binder. La majorité n'a pas voulu de ce débat préalable. Mais ce n'est pas par refus de fond: la discussion aura bientôt lieu de toute façon. Un postulat de Filippo Leutenegger, ancien cadre de la télévision alémanique, demande un réexamen des prestations de la SSR. Il a été accepté par le Conseil fédéral, qui remettra un rapport aux Chambres. Dans son développement, le fondateur et ex-animateur de l'émission politique Arena précise: "La convergence des systèmes médias (presse, radio, TV, Internet) est source de nouveaux conflits entre les diffuseurs subventionnés par voie de redevances, en particulier la SSR, et les diffuseurs qui dépendent de financements privés. (...) Le Conseil fédéral doit montrer, pour tous les domaines du secteur public (information, politique, culture, sport) et pour toutes les régions linguistiques, quelles offres de radio-TV financées publiquement doivent l'être par la taxe sur les ménages et lesquelles peuvent être laissées au libre jeu d'un marché des médias fonctionnel sans qu'il en résulte de distorsions du marché."

Comme ce texte le montre bien, le débat est à la fois ancien et renouvelé. Depuis toujours, des voix critiquent le poids de la Société suisse de radiodiffusion, son quasimonopole audiovisuel et le coût de la redevance, une des plus élevées du monde (ce que relativise la SSR en demandant qu'on tienne compte de la diffusion en quatre

langues et de l'étroitesse du marché). D'autres mettent en cause son "politiquement correct", sa "pensée unique", jugeant que sa manière de présenter les informations n'est pas impartiale – même si les temps d'antenne des partis sont soigneusement équilibrés, ce que personne ne

Mais ce qui justifie la généralisation de la redevance – tout le monde est connecté, tout le monde peut consommer des émissions sur son ordinateur ou son téléphone portable – ne justifie-t-il pas tout autant de se redemander ce qui, désormais, définit la place du service public? Pourquoi seulement le son et l'image? Pourquoi devrait-il encore nous divertir quand nous sommes submergés de divertissements?

N'en déplaise à ses détracteurs, le public suisse est largement acquis à ses chaînes publiques. La RTS atteint près de 60% de parts de marché (pdm) et 35 % en télévision. La popularité consensuelle d'un Darius Rochebin, inamovible présentateur du téléjournal et star des pages people, en est une autre illustration. Simple force des habitudes? C'est difficile à évaluer, même si le vieillissement du public (voir Edito 2/14) semble l'attester. Avantages d'une situation acquise, qu'on voudrait préserver parce qu'on voit bien que ca marche? Est-il fondé de craindre une "atomisation des médias", comme le dit Gilles Marchand, directeur de la Radio télévision suisse? Au détriment du débat public et de la démocratie? Les concessions accordées par l'OFCOM donnent un avantage considérable au service public. Estce nécessaire? Pourquoi la Suisse si libérale garantit-elle une position très avantageuse au service public audiovisuel, plus que la plupart des pays démocratiques?

Pour répondre à ces questions, il faudrait clarifier ce qu'on attend du service public. Que disent les textes légaux? On a beau chercher, on n'y trouve pas de **définition**. On y trouve des arguments consensuels en faveur d'un audiovisuel public: la cohésion nationale, la diversité culturelle, les besoins de la démocratie directe. Mais aucun texte juridique n'explique en quoi il est nécessaire qu'une institution financée par un prélèvement obligatoire assure ces services. La Constitution fédérale assigne une mission à la radio et la télévision (art. 93)

CHOISIR DES CRITÈRES DE QUALITÉ

Les stations commerciales sont évaluées par le marché. L'émetteur public, lui, est jugé selon son mandat et tenu de vérifier de lui-même s'il le satisfait. Ce qu'il fait partiellement avec le Conseil du public ou d'autres institutions. Mais le débat pourrait être plus ouvert et vivant. Souvent, les chaînes de la SSR réagissent aux critiques de manière défensive, ne faisant que se justifier. Est-ce conforme à l'esprit du service public? Pour que le débat soit fructueux, il ne suffit pas qu'une Autorité examine des plaintes. Il faudrait fixer davantage de critères d'évaluation du service public.

Quelques suggestions dans le désordre: des émissions pertinentes pour les minorités; des programmes qui ne sont pas finançables sur le marché, qui sont utiles mais exigent des investissements importants; un niveau élevé d'investigation, de complexité, de qualité de présentation, de normes de production; le traitement des sujets importants pour le débat public; une indépendance absolue et une forte capacité critique; la proximité avec le public; la mise en valeur des productions suisses; la mise en relation de l'actualité locale avec le contexte international; la prise en compte de la diversité culturelle; des émissions qui contribuent à l'intégration et l'orientation des populations migrantes. Philipp Cueni

publiques. "Elles contribuent à la formation et au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement." Puis: "Elles présentent les événements de manière fidèle et reflètent équitablement la diversité des opinions."

La Loi sur la radio et la télévision se contente de préciser (art. 23) que "la SSR fournit un service d'utilité publique". Fautil considérer que l'article suivant définit cette "utilité publique"? Selon l'article 24 (et la concession qui reprend ces alinéas tels quels), la SSR doit "promouvoir la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes parties du pays, les communautés linguistiques, les cultures et les groupes sociaux"; elle doit "resserrer les liens qui unissent les Suisses de l'étranger à la Suisse, promouvoir le rayonnement de la Suisse à sans même préciser si celles-ci doivent être l'étranger et y favoriser la compréhension



Financer des émissions, pas des entreprises



Journaliste depuis près de trente, entrepreneur indépendant à Genève après avoir travaillé pour la SSR, je milite pour une redéfinition complète du champ de ce qu'il est convenu d'appeler "le service public". Par Pascal Décaillet

Pour abattre immédiatement mes cartes et dévoiler le fond de ma pensée, je peine à entrevoir pourquoi, en 2014, les journaux papiers étant entièrement financés par le privé, il faudrait éternellement s'accrocher à ce que l'audiovisuel relève, quant à lui, dans son écrasante majorité (la SSR), d'une sorte de tâche régalienne d'Etat dont seraient dispensés nos quotidiens et nos hebdomadaires. Mais dans cette perspective, je sais que je suis minoritaire comme citoyen: s'il fallait voter, le peuple suisse demanderait sans doute le maintien d'un service public. Dont acte.

Mais alors, lequel? Ce qui ne va pas, aujourd'hui, c'est la double équation "SSR = service public", et "TV ou radio privées = médias commerciaux", dans l'acception péjorative du mot. Il y aurait d'un côté un Temple national des équilibres, de l'autre l'incontrôlable sauvagerie de l'entreprise privée. Ce préjugé, dûment entretenu par les services de M. de Weck (le patron de la SSR), tous les archanges et séraphins de sa propagande, est non seulement faux, mais profondément injuste. Les méchants privés (Léman Bleu, La Télé, Canal 9, etc.) produisent depuis des années, quotidiennement, des débats politiques, des ouvertures économiques, culturelles et sportives. Inversement, l'immaculée SSR nous offre des séries américaines, des courses de Formule 1, et quantité d'émissions qui ont certes parfaitement lieu d'être, mais qui ne relèvent en aucune manière d'un service public.

Dès lors, puisque l'opinion semble (encore) attachée à ce concept, il y aurait lieu, pour le moins, de le redéfinir drastiquement. Question majeure: et si, au lieu de financer, par l'essentiel de cet impôt déguisé qu'on appelle redevance, une armada de chaînes entières (les innombrables canaux radio ou TV, en quatre langues, de la SSR), on ciblait les aides sur des émissions? Peu importerait qu'elles émanent de la SSR ou des privés, pourvu qu'elles soient, par la qualité de leur apport, de nature à aiguiser la citoyenneté, faire connaître les enjeux sociaux et économiques (d'un périmètre donné), refléter la puissance des antagonismes, donner la parole aux gens, mettre en valeur les actions culturelles et sportives de proximité. Cela, aujourd'hui, se fait dans les chaînes privées. Avec un autre enthousiasme, une autre économie de moyens, une autre puissance d'engagement qu'à la SSR.

Après tout, s'il faut encourager le "service public", faisons-le là où, DE FACTO, il existe déjà aujourd'hui. Et peu importe que la société qui le produit soit privée, la SSR, ou même une micro-entreprise de deux ou trois journalistes. La seule condition serait de s'inscrire dans un mandat précis de citoyenneté. On financerait des émissions, et non plus des entreprises, avec le risque évident de perte de substance des moyens alloués

Ma proposition, j'en suis conscient, sera de nature à déstructurer le Mammouth, mais serait tellement vivifiante pour ceux qui, sur le terrain, ont fait le pari de l'entreprise et de l'information vivante.

pour ses intérêts"; elle contribue "à la libre formation de l'opinion en présentant une information complète, diversifiée et fidèle, en particulier sur les réalités politiques, économiques et sociales", "au renforcement des valeurs culturelles du pays ainsi qu'à la promotion de la création culturelle suisse", "à la formation du public, notamment grâce à la diffusion régulière d'émissions éducatives", et aussi "au divertissement".

Pourquoi tant de missions? En particulier, pourquoi le **divertissement**? On peut comprendre qu'il ait fait partie du mandat quand l'audiovisuel public en avait seul les moyens. Mais aujourd'hui? La SSR l'invoque surtout comme un besoin pour conserver une large audience: les chaînes publiques ne garderont pas une place prépondérante si elles ne fournissent aux auditeurs et téléspectateurs que de l'information ou du culturel (voir à ce sujet "Les arguments de Gilles Marchand" en page 9). A l'appui de cette position, on peut pointer la marginalisation des chaînes publiques dans d'autres pays. Mais c'est un argument pragmatique, qui n'a plus grand chose à voir avec une mission de service public de divertir les habitants de ce pays. Le débat, ici, est un peu faussé.

C'est bien la part du divertissement que vise surtout le programme de l'UDC, dans lequel on peut lire que le parti "s'engage pour une définition claire et **restrictive** de cette notion (de service public). Pour l'assurer, il n'est pas nécessaire d'entretenir une grosse entreprise de droit public qui encaisse 1,2 milliard de francs par an de redevances pour ses vingt chaînes de radio et de télévision." Dans un rapport sur "Les limites du service public" (2007), le théoricien libéral Jan Krepelka va jusqu'à lui contester tout fondement. De deux choses l'une, argumente-t-il: soit le service public correspond aux attentes du public, et le public en payerait volontairement le coût, soit il n'y correspond pas, et il ne devrait pas exister. Comment le justifier si ce n'est par les attentes du public? Donc, "financer l'audiovisuel par la contrainte étatique est soit inutile, soit injustifié".

Argument massue qui pourrait aussi justifier la renonciation aux impôts... mais le public payerait-il volontairement des contributions pour obtenir des prestations publiques? A contrario, c'est la justification de la redevance: elle assure que tout le monde contribue à un audiovisuel public disposant ainsi des moyens d'assurer des prestations au moins satisfaisantes. Et dont tout le monde peut bénéficier: "Dans le secteur public, disait la conseillère fédérale Doris

Leuthard devant le Conseil national, le 12 mars, on met à disposition de la population des prestations, qu'elle les consomme ou pas."

Qu'elle les consomme ou pas: ce serait donc accepter le risque d'une perte de prépondérance. Or tout est fait, dans la loi et l'attribution des concessions, pour éviter ce risque. Comme si un **compromis** historique à demiformulé sous-tendait le débat: au privé la presse, au public l'audiovisuel. Et quand le compromis est bousculé par l'émergence du numérique, où cette distinction s'estompe, on en profiterait pour rééquilibrer un peu la répartition entre le privé et le public, devenu quand même un peu trop puissant, en limitant ce que peut y publier la SSR.

Il reste un argument essentiel, moins ancré dans les textes mais plus en vogue depuis que la concurrence privée est en mesure d'offrir des contenus comparables dans l'audiovisuel: celui de la **qualité**. C'est le premier qu'invoque le Conseil fédéral quand il se risque, en 2004, à une définition du service public dans un rapport répondant à une intervention parlementaire: "Par service public, on entend des services de base de qualité, définis selon des critères politiques, comprenant certains biens et prestations d'infrastructure, accessibles à toutes les catégories de la population et offerts dans toutes les régions du pays à des prix abordables et selon les mêmes principes."

A lire cette définition, on peut se demander pourquoi la SSR en bénéficie et pas l'ATS, pourvoyeuse de dépêches qui pourraient être qualifiées de "prestations de base de qualité" en matière d'information nationale. Mais en quoi le service public donne-t-il de meilleures garanties de qualité? Parce qu'il ne vise pas le profit? Et qu'il dispose d'un certain confort financier? Peut-être. Mais des chaînes de pays voisins et méridionaux pourraient être citées en contre-exemples. Et comment mesurer la qualité? Le public, qui peut donner son avis par le canal des SRT cantonales, se montre généralement satisfait. Est-ce un critère suffisant? Quels sont ces "critères politiques" qui selon le gouvernement définiraient la qualité? On comprend: ceux que fixe le Parlement. Qui, à notre connaissance, ne l'a jamais fait en ce qui concerne l'audiovisuel, si ce n'est dans l'invocation - toujours - des arguments politiques comme la cohésion nationale, la diversité culturelle, une information équilibrée.

Le débat sur le service public vaut la peine d'être mené: c'est aussi un débat sur le rôle des médias.

Les arguments de Gilles Marchand

Sollicitée pour s'exprimer dans ce dossier, la SSR nous a fait savoir qu'elle ne souhaitait pas le faire avant la fin du débat aux Chambres fédérales sur la redevance. Mais ses arguments en faveur d'un service public au champ large sont connus; le directeur de la RTS les formule régulièrement sur son blog. En voici deux extraits, sur la part du divertissement et sur Internet.

"Programmer des séries américaines, c'est aussi défendre le service public" "C'est un fait, il y a de nombreuses séries américaines programmées sur la RTS. Est-ce compatible avec le mandat de service public? Sans aucun doute. Il y a tout d'abord d'excellentes productions américaines. Bien réalisées, bien jouées, bien rythmées. Est-ce problématique de les proposer au public romand? Oui, s'il n'y avait que cela. Non, si elles ne représentent qu'une partie d'une grille de programmes équilibrée dans laquelle toute la fiction ne pèse pas plus que l'information (28 pour cent).

La série américaine fédère un public important qui se retrouve ensuite en nombre sur les rendez-vous de production suisse. Le 19:30 ne ferait pas régulièrement 60 pour cent de part de marché, les magazines comme 'Temps Présent' ne tutoieraient sans doute pas les 40 pour cent de part de marché si la RTS ne cultivait pas, patiemment, la fidélité de son audience, heure par heure, minute par minute. Avec l'aide précieuse de la fiction achetée, qui évite l'éparpillement d'une partie du public romand sur les écrans français, M6 et TF1 en tête.

(...) La fiction américaine représente un rapport qualité-prix imbattable dans le monde de la télévision. A 100 francs la minute sur le marché suisse, la fiction américaine terrasse la concurrence. La fiction suisse, portée par la production indépendante romande, se situe, elle, entre 12 000 et 15 000 francs la minute.

(...) La RTS dépense moins de 10 pour cent de son budget de programmes pour acheter des fictions. Grâce à cela et à toutes les émissions qu'elle fabrique, elle résiste plutôt bien à l'explosion du paysage audiovisuel numérique, linéaire ou à la carte. La fiction offre ainsi un bon socle de téléspectateurs, fidèles à la production suisse. C'est une contribution à un service public, pour tous les publics." (publié en 2013)

L'atomisation des médias

"Le service public peut et doit investir dans des grands moments collectifs, rassembleurs (sport, spectacle populaire, coproduction de fictions). Le service public peut et doit aussi accompagner l'évolution digitale de la société (investissements technologiques, savoir-faire). Ainsi, le service public cultive le sentiment d'appartenance (vivre ensemble quelque chose en même temps, dans un espace commun) et intègre (idéalement) les communautés qui coexistent. Le service public est prêt à l'interactivité, à la participation. Pas seulement sur l'information mais aussi dans le divertissement. Le service public favorise ainsi l'existence d'un nouveau débat public, d'un espace participatif virtuel. Condition sine qua non: la loi doit permettre au service public d'investir tous les écrans, toutes les distributions, pour attendre tous les publics.

(...) Le brouhaha ambiant consécutif au multimédia rend parfois inaudibles les contenus. Le besoin se fait sentir d'un émetteur de confiance. Un émetteur qui est régulé, qui rend des comptes. Un émetteur qui garantit la traçabilité des infos qu'il signe, qui respecte la protection de la personnalité, qui vérifie les sources ... Le service public est régulé. Il doit appliquer cette régulation sur tous les écrans qu'il utilise. En ce sens, il peut représenter un repère dans ce monde mouvant.

Le service public va passer – progressivement – d'une logique de chaîne linéaire à une logique de contenus audiovisuels, qui existent indépendamment de leur grille. Et alors? Il reste hautement légitime, d'autant plus qu'il ne cherche pas de profit. En résumé, le service public doit pouvoir miser sur tous les outils, tout en misant sur son caractère identitaire. Oui, les gens vont regarder la TV sur Internet, oui les audiences vont se fragmenter. Mais l'élément fédérateur ne va pas disparaître si le contenu est identitaire." (publié en 2007)

8 edito-klartext $_{03}$ | $_{2014}$ edito-klartext $_{9}$





Natalie Rickli, 37 ans, représente l'UDC au Conseil national depuis 2007. Elle est vice-présidente de la Commission des transports et des télécommunications, responsable, entre autres, des médias, du service public et de la SSR. Elle est membre de la Commission des affaires juridiques. Au niveau professionel, elle est Partner Relation Manager de Goldbach Media, l'entreprise leader en Suisse pour la commercialisation des médias électroniques privés en Suisse. Elle est active comme vice-présidente de l'«Aktion Medienfreiheit». Lors du débat au Conseil national sur la révision de la LRTV, elle était porte-parole de la minorité de la Commission.

Martin Candinas, 33 ans, représente le PDC au Conseil national depuis 2011. Le Grison est membre de la Commission des transports et des télécommunications, responsable, entre autres, des médias, du service public et de la SSR. Il est président du groupe parlementaire Lingua e cultura rumantscha. Au niveau professionel, il occupe un poste dirigeant à l'assurance Helsana à Coire. Lors du débat au Conseil national sur la révision de la LRTV, il était le porte-parole de la Commission.

"Nous ne divergeons pas sur la mission, mais sur son périmètre"

La Zurichoise Natalie Rickli (UDC) et le Grison Martin Candinas (PDC) étaient les porte-parole de la commission qui a préparé la révision de la Loi sur la radio et télévision (LRTV), débattue le 12 mars au Conseil national. Faut-il assurer une large audience à la SSR, ou la restreindre à ce que le privé ne peut pas faire? Propos recueillis par Bettina Büsser.

EDITO + KLARTEXT: Y a-t-il un accord entre vous sur ce que sont les éléments incontestés du service public confié à la SSR? L'information par exemple? Des offres dans toutes les langues nationales?

Natalie Rickli: Tôt ou tard il faudra discuter de ce que signifie le service public, et le définir. Que l'information en fasse partie, sans doute, mais il faut déterminer jusqu'où va la mission d'informer. Des offres dans les quatres langues nationales font partie, elles aussi, de la mission spécifique du service public. Mais nous avons certainement des avis divergents quant au périmètre de ces offres. Martin Candinas: Nous sommes d'accord en ce qui concerne l'information. D'accord aussi que les langues, la culture de notre pays et de nos cantons doivent faire partie de l'offre du service public. Mais je suppose que notre accord s'arrête là. Nous avons effectivement des divergences par rapport au périmètre du service public. Comme membre de la plus petite minorité linguistique j'ai probablement une vision différente de la tienne.

Rickli: Comme membre d'une minorité qui reçoit des prestations bien au-dessus de la moyenne.

Il n'y a donc pas de débat en profondeur sur le service public. Le public adore critiquer les programmes, mais une discussion sur le mandat ne l'intéresse pas. **Rickli:** Vous parlez des politiciens?

Non, de la population.

Rickli: Justement, la population n'a rien à dire, elle n'a qu'à payer les 462 francs de la redevance. Or, les gens aimeraient avoir leur mot à dire. Avec un postulat accepté par le Conseil fédéral, je demande que la SSR fasse des efforts pour mieux intégrer, dans sa programmation, l'avis de ceux qui paient la redevance.

Le lobby de la SSR est très fortement ancré au Palais fédéral. Il peut compter sur une large majorité. Mais maintenant la pression des médias privés augmente. Parce que le nombre des émissions que les privés pourraient tout aussi bien offrir a fortement augmenté sur les chaînes de l'Etat. A l'ère d'Internet et de la télévision digitale nous n'avons pas besoin de dix-huit radios, sept chaînes de télévision et des douzaines de sites web étatiques.

Candinas: J'aimerais souligner que tu représentes, par des liens d'intérêt, les radios et les télévisions privées. Si je travaillais pour le même employeur que toi, je défendrais, comme toi, les intérêts des chaines privées.

Rickli: C'est ce qui est bien dans notre système de milice. Nous pouvons tous apporter notre expérience professionelle au Parlement

Candinas: L'article constitutionnel 93 décrit ce qui fait partie du service public. Ce sont la formation, la culture, une information permettant une libre formation des opinions, mais aussi le divertissement. Est-ce que le peuple devrait décider quelles émissions sont pertinentes pour atteindre ce but? On ne trouverait jamais un dénominateur commun. A mon avis, c'est bien au Conseil fédéral qu'il appartient de décider de la somme qui revient à la SSR, et de ce qu'elle doit en faire. N'oublions pas que la Suisse est un pays à quatre régions linguistiques. La redevance coûte 460 francs, mais s'il n'y avait qu'une langue, elle ne serait que 260 francs. Nous participons à un effort commun pour les quatre langues de notre pays. **Rickli:** L'article 93 permet à la SSR d'offrir une multitude d'émissions qui entrent en concurrence directe avec les offres privées. Pour moi, il s'agit de préciser ce que dit la Constitution et de restreindre les prestations publiques.

Le service public, pour moi, c'est ce que l'Etat doit obligatoirement assurer parce que les diffuseurs privés ne l'assurent pas. Il s'agit donc d'analyser les offres déjà existantes des médias privés, et on verra qu'il s'agit probablement surtout du domaine du divertissement. Je pense que tous les partis gouvernementaux sont d'accord que l'information fait partie de la mission de la SSR. Aucun prestataire privé ne peut assurer ni financer une telle offre dans l'information, et ceci dans les quatre langues nationales.

Si le service public est réduit à ce que ne font pas les chaînes privées, ne resterait-il pas finalement à la SSR que des chaînes d'information?

Candinas: Ce serait une erreur. Nous avons besoin d'une couverture large par la SSR, qui va de la ville jusqu'au plus petit village montagnard. Si des chaînes de la SSR étaient cantonnées à l'information, leur part de marché chuterait à quelques pour-cent, comme cela s'est passé aux Etats-Unis. On se demanderait alors: à quoi bon les maintenir? Il faut au contraire que la SSR puisse accéder à un public le plus large possible. Pour cela, elle ne peut se

10 edito+klartext 03 | 2014 edito+klartext 11



contenter d'acheter des séries étrangères bon marché, mais elle et y informe sur ses émissions ne me pose pas de problèmes. Mais doit produire elle-même. Nous finançons cette partie importante du divertissement par la redevance.

Rickli: Puisque nous finançons le service public, il ne doit pas participer à la course à l'audimat. S'il y participe, c'est la preuve qu'il entre en concurrence avec les diffuseurs privés. Et ceci concerne surtout le divertissement. Si la SSR renonce à ce genre d'émissions, nous pouvons réduire le nombre des chaînes. SRF 2 par exemple est une chaîne de divertissement et de sport, qui fait de la concurrence aux privées, une concurrence financée par la redevance.

Candinas: Si nous restreignons l'offre de la SSR dans le divertissement et le sport, elle chutera à une part de marché infime. Nous sommes un petit pays, les prestataires privés ne peuvent produire ce genre d'émission, ils n'ont pas les moyens nécessaires. S'ils les avaient, ils le feraient déjà maintenant.

Madame Rickli, vous dites dans "Blick": "Les descentes de ski, oui, les courses automobiles de formule 1, non, parce qu'on peut les regarder ailleurs." Appartient-il vraiment au monde politique de définir le service public de cette façon?

Rickli: "Blick" m'avait provoquée, parce qu'en parlant de service public, on parle de tout et de n'importe quoi. Il est vrai que le monde politique ne devrait pas s'occuper de telle ou telle émission en particulier, mais des conditions cadre. La SSR décide des émissions.

Monsieur Candinas, à votre avis, qui devrait décider des émissions? **Candinas:** La décision appartient à la SSR. Et le Conseil fédéral décide des moyens mis à disposition de la SSR. Mais le débat sur le service public va continuer. Parce que les uns veulent réduire l'offre et les autres partagent mon avis: il faut une offre aussi large que possible, sport et divertissement y compris.

Vous maintiendriez le cadre de la SSR tel qu'il est?

Candinas: Oui, je suis très en accord avec ce qui se fait jusqu'ici. Sans une SSR forte, pour nous, les 60 000 Suisses qui parlons le romanche, il n'y aurait ni radio ni télévision. A part la SSR, personne n'a intérêt à faire quelque chose pour nous. Mais nous sommes une partie de la Suisse, pas seulement dans les discours du premier août. **Rickli:** Le service public doit tenir compte des minorités. Mais en Suisse romande et au Tessin, on n'a pas besoin de deux chaînes de télévision, deux ou trois chaînes de radio et plusieurs sites web de la SSR.

Si vous dites cela au Parlement, vous braquez tous les Romands et Tessinois contre vous!

Rickli: Bien entendu. Mais je suis pour la transparence. La redevance est de plus en plus chère, et nous ne savons pas ou va cet argent. Combien va à telle chaîne, à telle branche. La facture de la SSR est une boîte noire.

état des sommes qui vont au sport, à la culture, à l'info et ainsi de suite. Et en ce qui concerne Internet, la SSR se doit d'y être présente puisque les consommateurs s'y trouvent. Sinon, elle rate le virage et se coupe du marché.

service public ni de régulation étatique. Que la SSR ait un site web

la SSR finance, à l'aide de la redevance, plusieures offres Internet et désire aller toujours plus loin. Internet peut être laissé au marché.

Candinas: Les coûts mettent les médias privés sous une pression énorme. Cela veut dire qu'il faut être toujours plus rapide et moins cher, et le journalisme en souffre. Notre démocratie directe a besoin d'articles bien faits et indépendants. La SSR fait très bien son

Rickli: Tu veux dire que SSR signifie qualité, ce qui ne serait pas le cas chez les privés?

Candinas: Non. Mais la SSR a plus de moyens – tu le dis toi-même – et elle peut les utiliser pour des enquêtes approfondies. Je pense que la diversité des opinions est mieux assurée par la SSR, que les enquêtes sont plus fouillés sur les chaînes de la SSR que chez la plupart des diffuseurs privés. Ce qui est compréhensible, vu la structure des coûts.

Rickli: Selon ton argumentation, il n'y aurait de la qualité que grâce à un financement étatique. Les journaux, les radios et télévisions privées, les sites online qui assurent leur financement par le marché, montrent bien que cela n'est pas le cas. A mon avis il faut les deux: la SSR et des offres privées qui bénéficient de bonnes conditions cadre.

Candinas: C'est le cas aujourd'hui.

Rickli: Non, parce que la SSR fait de plus en plus de concurrence aux médias privés dans le domaine du divertissement et sur le web. Les éditeurs eux aussi doivent combattre avec véhémence les activités de la SSR sur Internet.

Candinas: Si la SSR n'avait plus le droit de faire des émissions de divertissement, y aurait-il encore des émissions qui coûtent cher à la production? J'en doute fort.

Rickli: Il y a des émissions de divertissement qui parlent de nos régions et de notre culture, cela fait partie du service public. Mais tous ces émissions de danse, de jeux, de cuisine ne font vraiment pas partie des services qu'un Etat doit assurer!

Madame Rickli, de combien de ses moyens faudrait-il selon vous amputer la SSR? De la moitié, et qu'elle se débrouille?

Rickli: Je pense que cela va dans cette direction. Mais je ne peux répondre à cette question de manière définitive. Parce qu'il n'y a pas de transparence. La SSR engrange plus de 1,2 milliard de francs pour la redevance, et juste 350 millions qui viennent de la publicité. Personne ne sait ce qui se passe avec cet argent.

Candinas: Je m'opposerais à une telle division. Je ne suis pas non plus d'accord avec tout ce que fait la SSR, je n'aime pas trop l'abondance des anglicismes dans certaines émissions, par exemple. Mais le système existant est bon, et il fonctionne. Je suis persuadé qu'une grande majorité des gens dans notre pays le soutiennent.

Rickli: Lors du débat du 12 mars sur la révision de la LRTV, au Conseil national, il a été décidé que tout le monde doit s'acquitter Candinas: La SSR, dans son rapport d'activité, fait clairement d'un impôt sur les médias. Même s'il ne consomme ni de la radio, ni de la télévision, et même s'il ne possède aucun récepteur! Le Conseil fédéral a argumenté que les prestations de service public sont tellement importantes pour notre démocratie que tout un chacun doit payer. Pour tous les autres impôts prélevés par la **Rickli:** Sur la toile, il y a assez de concurrence, on n'a ni besoin de Confédération, la transparence existe. Pas de transparence, par contre, en ce qui concerne l'impôt sur les médias.

La majorité du Parlement n'était-elle pas d'avis que la redevance n'est pas un impôt?

Rickli: Si, malheureusement, c'est l'opinion de la majorité.

Candinas: C'est une taxe. Et le Conseil national a décidé d'introduire une possibilité d'exonération limitée à cinq ans pour les ménages ne disposant pas de récepteurs. Si nous voulons la transparence que tu exiges, et si nous voulons décider de tout au Parlement, nous finirons justement dans des discussions du type: telle émission est-elle meilleure que telle autre? Ce serait une erreur. Nous devons observer la SSR de manière critique, mais pas saisir chaque occasion pour l'attaquer. La Suisse est un petit marché à quatre langues, qui ne permet pas aux privés de produire ce qui serait finançable dans un pays plus grand.

Rickli: Et pourquoi le marché fonctionne-t-il dans la presse écrite et sur Internet?

Candinas: Parce que la structure des coûts n'est pas la même. A la radio, c'est vrai que les coûts sont plus bas que dans le domaine visuel. C'est pour cela que lors de tels débats, nous discutons plutôt de la télévision que de la radio.

Rickli: Une chaîne étatique de radio et une de télévision dans chaque région linguistique seraient suffisantes. Tout le reste peut être assuré par le privé.

Candinas: Un grand nombre de télévisions et radios privées recoivent une part de la redevance. Nous venons d'augmenter cette part lors du débat sur la révision LRTV.

Rickli: Oui, est c'est malheureux.

Malheureux? C'est ce que demandent les propriétaires de ces chaînes.

Rickli: Oui, hélas. Je me bats pour davantage de liberté pour les diffuseurs privés, et eux ils réclament plus de redevance. Le péché originel est d'avoir introduit le splitting dans la LRTV en 2007.

Ces prestataires disent offrir, eux aussi, un service public.

Candinas: Et c'est le cas. Il y a effectivement du service public dans nos cantons. Si nous ne voulons pas qu'il n'y ait plus que des radios privées zurichoises, le splitting est une bonne chose. Si nous laissions faire le marché libre, et si nous n'intervenions nulle part, nos régions de montagne seraient dépeuplées depuis longtemps.. **Rickli:** Quand la première chaîne de radio, puis la première chaîne de télévision se sont mises à diffuser, on pouvait encore dire que le service public, c'était de pouvoir recevoir ces chaînes par-

tout. Aujourd'hui, il y a Internet, la télévision digitale, partout, jusqu'au fond des vallées alpines. C'est pourquoi il est inutile d'élargir toujours plus l'offre étatique.

Candinas: Dans mon village, la capacité des réseaux n'est pas suffisante pour recevoir Swisscom TV. Il ne faut pas croire qu'aujourd'hui, tout est couvert par des réseaux qui permettent d'avoir tout par Internet.

Pouvez-vous imaginer un débat de qualité sur le service public, qui n'en arrive pas à un affrontement au sujet des émissions? Ou à des revendications comme celle du tribun de l'UDC, Christoph Mörgeli, demandant que le directeur général de la SSR soit membre de

Rickli: On ne va pas définir le service public sur la base de quelques émissions, mais il faut quelques exemples pour mieux comprendre dans quelle direction on va.

Candinas: Un postulat du conseiller national Filippo Leutenegger (PLR) demande un rapport du Conseil fédéral sur les prestations de service public de la SSR. On continuera donc à discuter de la question, à l'aide d'exemples, et on continuera à ne pas être d'accord, parce que la droite veut privatiser presque tout, et la gauche veut probablement tout étatiser. Le centre ne trouve plus de majorité pour des solutions raisonnables. La revendication de Christoph Mörgeli, que le directeur de la SSR doit être membre de l'UDC, montre bien que finalement, tout le monde veut tout politiser.

Rickli: Christoph Mörgeli a demandé que le conseil d'administration et la direction de la SSR soient élus selon la proportionnelle, puisque l'impôt sur les médias doit être payé par tous.

Le texte de cette initiative parlementaire de Christoph Mörgeli dit que la fonction du directeur général doit revenir au parti le plus

Candinas: Je doute fort que cette politisation soit le bon chemin. Rickli: En tant que démocrate-chrétien, tu peux bien parler de politisation: la SSR est largement dominée par le PDC.

Candinas: Jusqu'ici je n'ai rien remarqué de tel. Dans des émissions politiques comme "Arena", l'UDC et la gauche sont toujours représentés et le centre n'est pas aussi présent.

Rickli: Le mieux serait une SSR dépolitisée.

Entretien mené le 7 mai au Palais fédéral à Berne, lors de la session spéciale. Traduction: Helen Brügger

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

















Un combat permanent pour l'indépendance de son journal

Louis Ruffieux, 59 ans, est un homme discret. Mais depuis dix ans, ses efforts pour préserver la "Liberté" envers et contre toutes les pressions sont couronnés de succès. Par Helen Brügger

a "Liberté" aurait-elle une "formule magique" pour se maintenir en bonne forme? L'émission Médialogues posait la question, en octobre dernier, sur La Première de la RTS. Le terme fait sourire son rédacteur en chef, Louis Ruffieux. "Nous sommes en effet une exception pour l'évolution du tirage et du nombre des lecteurs", dit-il. Alors que la plupart des publications romandes enregistrent un recul, la "Liberté" maintient des résultats et sa position forte de journal cantonal fribourgeois. Et cela en allant à contre-courant de ce que recommandent experts et autres spécialistes des médias: au lieu de se replier sur le local, la "Liberté" reste fidèle à son choix éditorial de proposer un quotidien généraliste, avec des apports rédactionnels originaux dans toutes les rubriques. "Nous respectons nos lecteurs et pensons qu'ils attendent de leur journal une ouverture sur le monde, audelà des frontières cantonales."

Il n'y aurait donc pas de formule magique, sinon ce choix courageux qu'ont aux yeux: la rédaction fait confiance à son

déjà fait ses prédécesseurs, François Gross et Roger de Diesbach? "Nous sommes dans une situation exceptionelle: 95 pour cent de notre tirage va à des abonnés fidèles. Nous avons un propriétaire, la congrégation religieuse des Sœurs de St-Paul, qui ne s'ingère jamais dans le contenu, qui n'attend pas des marges de bénéfice de 15 pour cent, et qui ne pense pas que, dans une situation économique difficile, il faut tout casser et licencier à tour de bras." Ensuite? "Il existe un fort sentiment identitaire dans l'équipe, nos journalistes sont très attachés au titre." Mais encore? "Ma porte est toujours ouverte, la hiérarchie est plate, il n'y a pas de formalisme excessif, nos rapports sont fondés sur la confiance. Je suis persuadé qu'on ne tire pas le meilleur des gens en les traitants en petits soldats." C'est tout? "Nos journalistes sentent que leur travail est reconnu, ils ont la fierté du travail bien

Il y a un ingrédient supplémentaire dont Ruffieux ne parle pas. Mais cela saute

rédacteur en chef pour la défense de l'indépendance du journal. Indépendance acquise d'abord par rapport à l'éditeur, quand le journal s'est défait de ses tutelles politique et religieuse, dans les années 1970 pour la première, un peu plus tard pour la seconde fois. Indépendance par rapport aux grands groupes de presse ensuite: La "Liberté" a dû avaler la pilule amère et sera imprimée dès le premier janvier 2015 sur les rotatives de Tamedia à Berne, mais les conditions sont favorables, et il n'y a eu aucune prise de participation au capital. Indépendance finalement maintenue, malgré toutes les pressions venant du groupe de Philippe Hersant, dont l'homme de confiance, Jacques Richard, aurait aimé ajouter ce journal au portefeuille de son maître, comme cerise sur le gâteau et couronnement de sa propre carrière. Richard est parti à la retraite sans avoir atteint son but. La "Liberté" ouvrira probablement son quart à un tiers de ses actions, mais ce sera réservé à des investisseurs fribourgeois.



capital cette année, en vendant environ un

Louis Ruffieux: "Certaines attaques

sont un brevet d'honnêteté."

Renseignez-vous avant de comparer des pommes bio avec des poires bio!

Nous nous ferons un plaisir de répondre à vos questions autour du bio. Tél. 061 204 66 66, e-mail bio@bio-suisse.ch ou www.bio-suisse.ch

Bourgeon Bio. Le goût du vrai. BIOSUISSE

Il y a pourtant une autre lutte pour l'indépendance, surtout à une époque ou la "Liberté" subit, elle aussi, les effets de la baisse des volumes publicitaires. Il s'agit de maintenir le mur entre le rédactionnel et la publicité. Les tentatives de faire passer des publireportages ou des "analyses d'experts" dans la partie rédactionnelle existent. "Ces combats sont durs, parce que ce sont des pratiques aujourd'hui largement admises dans d'autres journaux. Mais je peux compter à cent pour cent sur mon éditeur", nous confie Louis Ruffieux. Il a un argument de poids à avancer: "Dans une famille qui a des soucis d'argent, ce n'est pas en mettant Madame sur le trottoir qu'on arrange les choses... N'empêche qu'auprès de collè-

gues moins rigides par rapport à l'éthique, il

passe pour "un troglodyte, un homme de

Neandertal".

De tels qualificatifs dérangent pas ce quinquagénaire, qui a fait ses débuts à la "Gruyère", après quelques années d'études de littérature et d'histoire à l'Université de Fribourg. A l'époque, le journal édité à Bulle était en train de s'ouvrir, après avoir été le porteparole du Parti radical en lutte contre le PDC fribourgeois. "Nous n'étions que deux, le rédacteur en chef et moi, stagiaire – c'était une bonne école, on subissait des pressions terribles de la part des radicaux, qui ne voulaient pas de l'ouverture du journal et qui sentaient qu'il allait leur échapper..." Il se souvient "de moments fantastiques, qui vous renforcent la peau et forgent votre indépendance pour toujours". Ruffieux est resté quatorze ans à la "Gruyère". En 1991, il a rejoint la "Liberté". En 1997, Roger de Diesbach l'a nommé rédacteur en chef adjoint. Il est maintenant rédacteur en chef depuis dix ans. Une carrière pas très bling-bling, diront certains, mais un parcours fait de fidélité et d'engagement.

Louis Ruffieux supporterait très mal qu'on fasse subir à son journal ce qu'ont fait subir les propriétaires au journal "Le Temps": "Le mettre aux enchères publiques, c'est comme abandonner un bébé dans une boîte à bébés et attendre voir ce qui se passe", s'énerve-t-il. Ses prises de position font parfois des vagues. Le refus, dans sa première version qui contenait des contre-vérités, d'une annonce électorale, puis la polémique qui a suivi, lui ont par exemple valu une attaque en règle sur le site "Les Observateurs" d'Uli Windisch. "Certaines attaques", dit-il simplement en réponse, "sont un brevet d'honnêteté."



Gérer Internet... sans les médias?

En 2003 et 2005, le Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) donnait l'élan aux technologies numériques. en laissant au second plan les contenus et la liberté d'expression. A l'époque, les journalistes n'étaient guère montés au

Aujourd'hui Genève veut se profiler comme capitale mondiale d'Internet. Elle abrite déjà l'UIT, le CERN (où est né le worldwide web), l'Internet Society et un bébé du SMSI, l'Internet Governance Forum. Ne manque que l'ICANN, organisme californien chargé d'attribuer les noms de domaine. Accusés d'hégémonie, les Etats-Unis semblent prêts à couper le cordon ombilical, et la Suisse œuvre déià en coulisses pour le récupérer fin 2015.

En attendant, Berne lance ce printemps la Geneva Internet Platform (GIP), confiée à Jovan Kurbalja, un sémillant Serbe qui dirige depuis 2002 un centre de formation de diplomates aux e-technologies, la Diplo Foundation. La plateforme accueille tous les acteurs intéressés: ONU, société civile, entreprises, gouvernements. Et tous les problèmes posés par le web: cybersurveillance, terrorisme, droits d'auteurs, universalité, droits de l'homme, libertés et leurs limites, appétits de l'industrie. Et toutes les opportunités: e-diplomatie, e-conférences, interaction entre acteurs confinés dans leurs silos, data-mining (outils d'exploration de données sur tous les enjeux traités à Genève, y compris les obstacles et les diver-

GIP se veut un "système inclusif et responsable" selon un de ses parrains, le patron de l'Ofcom Philipp Metzger. Tous les acteurs pourront y faire entendre leurs besoins et trouver des innovations.

Tous, vraiment? A nouveau, les médias sont très peu présents dans ce débat. Va-t-on vers une gouvernance de l'information numérique sans les professionnels de l'information?

GIP recense des dizaines de parties prenantes. Mais aucune du monde médiatique. Pourtant la porte est largement ouverte, assure Kurbalia. Oui veut entrer?

Un pôle de compétence pour gérer Internet est bienvenu. Mais Internet ne remplace pas le journalisme, levain aujourd'hui négligé d'une société éclairée. Or Genève internationale, qui est un poste de pilotage de l'humanité, ne sait toujours pas se faire comprendre. Il faut d'urgence réinventer la narration des défis mondiaux si on veut que les Terriens se mobilisent pour les résoudre à temps.

Pour cela, Genève a aussi besoin d'un pôle de compétence médiatique.



Daniel Wermus, journaliste



Le Service médias d'Helsana vous conseille simplement et de manière compétente sur tous les sujets concernant la santé. Nous assurons ainsi à votre reportage une base saine et solide.

Pour en savoir plus: +41 (0)43 340 12 12 ou media.relations@helsana.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 CREATIVITAL A COMMENTATION OF THE STREET OF THE

Prévention, Assurance, Réadaptation

L'information assurée

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



Sports et médias, la mécanique

Voici venir la Coupe du monde de football au Brésil avec son cortège d'à-côtés majeurs, si l'on peut dire – par exemple la maltraitance des populations résidentes démunies, chassées de leur habitat pour qu'adviennent les infrastructures de luxe jugées nécessaires; ou le désarroi des médias, ne sachant plus s'ils doivent s'aliéner comme d'habitude au service du sport et de l'argent ou s'adonner aux registres du récit sociétal critique ou mélodramatique.

Il fut un temps où le sport avait de dignes fonctions. Du tréfonds de mes souvenirs remonte un geste du footballeur britannique Gascoigne, au premier tour de la Coupe d'Europe de 1996, à la 79e minute du match Ecosse-Angleterre. Le joueur atteint la surface de réparation. Un coéquipier lui transmet le ballon depuis l'arrière. Gascoigne, qui ne s'est pas arrêté pour la recevoir, l'amortit du pied gauche. Il le propulse à deux ou trois mètres de hauteur pour lober son adversaire. Il reprend le ballon du pied droit avant qu'il ait touché le sol. Il trompe le gardien d'une feinte fluide. Il marque.

C'est une manœuvre technique. C'est surtout, pour le salarié moyen voire le chômeur qui viennent de la suivre, une manœuvre fondatrice. Que vient de leur démontrer Gascoigne? Que l'être humain a les moyens d'exister. Sans des gens comme Gascoigne, la virtualisation du salarié moyen, et l'écrasement psychologique du chômeur, leur serait insupportable.

Des gens comme lui leur rappellent ce qu'est un travail véridique et vérifiable. Ce qu'est ce travail sur un terrain balisé, et ce qu'est une zone à l'intérieur de ce terrain. Ce qu'est un but. Ce que sont des points marqués. Ce qu'est un arbitre. Ce que sont la loi générale, le règlement particulier et la circonstance atténuante. Ce qu'est la tricherie. Ce qu'est la sanction. Et ce que sont un coéquipier et un opposant, c'est-à-dire ce qu'est l'Autre, c'est-à-dire ce qu'est une morale à l'égard de cet Autre.

On se demande si ce pouvoir-là, qui est un pouvoir de construction mentale intime et d'édification sociale, s'exprime encore dans les conditions qui formatent aujourd'hui le sport et ses grands-messes. S'ils cheminent au travers des enjeux définis par l'économie du spectacle et l'avidité symbolique ou financière animant ses caciques et ses empereurs. Quand on regarde la tête de Sepp Blatter, on se répond tristement. Et quand on mesure à quel point les médias restent fascinés par ce manœuvrier permanent, on part se promener dans la montagne – pour y trouver un peu d'air.



Christophe Gallaz est journaliste, essayiste et écrivain.

Par Médiator

Christophe Rasch rêvait-il trop grand? Le créateur et directeur de La Télé (le nom en dit déjà long) aurait aimé que la chaîne valdo-fribourgeoise concurrence - au moins un peu - la RTS, son ancien employeur. Il n'en est plus question. Les actionnaires ne mâchent pas leurs mots: une situation financière "désastreuse", une "absence de maîtrise des charges". Départ immédiat, direction intérimaire, plan de sauvetage. "Christophe Rasch est bourré de qualités. C'est un visionnaire. Mais il est allé un peu vite en besogne", explique dans le "Temps" l'avocat fribourgeois Damien Piller, qui détient désormais 40 pour cent du capital. Ce qu'il ne dit pas, c'est pourquoi la décision est prise si brusquement début mai alors que les difficultés financières sont connues depuis fin 2013.

Mais qu'est-ce qui motive Damien Piller? Président de Radio Fribourg, pivot désormais de La Télé, c'est aussi lui qui tient à bout de bras SEPT, le nouveau site d'informations, auquel il a accordé une garantie financière pendant cinq ans. Sans doute pas l'appât du gain, même si Radio Fribourg est bénéficiaire. Une passion pour les médias? Il raconte seulement y avoir pris goût en négociant le sauvetage de Radio Sarine en 1985. Une ambition de servir la société? Son grand-père était conseiller d'Etat, son père procureur. Ses fonds, construits surtout par des opérations immobilières, semblent lui donner de la marge. Est-ce un engagement durable? Nous l'avons sollicité pour une interview, il ne donne pas suite.



Damien Piller. Esther Mamarbachi bâillonnée pour RSF.



Pour la Journée mondiale de la liberté de presse, Reporters sans frontières publie pour la première fois une liste de "100 héros de l'information". Parce que ce sont des "sources d'inspiration", explique le secrétaire général Christophe Deloire. Mais comment ont-il été choisis? Sont-ils heureux d'être nommés? Ces détails ne sont pas précisés. Julian Assange, fondateur de WikiLeaks, cloîtré depuis août 2012 à l'ambassade d'Equateur à Londres, en fait partie. Aucun Suisse n'est cité, malgré les efforts courageux des trois journalistes de la RTS qu'on voit bâillonnés sans fards dans des encarts publicitaires pour soutenir la liberté de

Dans un entretien remarquable, réalisé par Jean-Martin Büttner et Christian Lüscher pour le "Tages-Anzeiger" (12.4.14), le CEO de Ringier **Marc Walder** est confronté à une question qui en dit long. "Votre chef Michael Ringier pense qu'Internet est un ramassis de déchets, alors que la direction dit qu'Internet est l'avenir. Ringier dit que les contenus doivent être payants, la direction dit que blick-online sera gratuit. Ringier pense que le journalisme doit être de qualité, la direction opérationnelle produit plus de trash que de qualité. C'est comment, quand un propriétaire dit continuellement le contraire de ce que fait la direction opérationnelle?" Réponse de Marc Walder: "Vous avez mis un grand nombre de mauvaises interprétations dans une seule question. Dans toutes les questions essentielles. Michael Ringier et moi sommes du même avis." Mais encore?

Lydia Zollinger est "HR Specialist" chez Ringier. En clair et en français, elle s'occupe des chers collaborateurs. En tant que telle, elle cherche pour le "Blick" un "reporter, région Berne et Suisse romande". Dans son texte, la responsable en ressources humaines ne précise pas comment le nouveau salarié pourra couvrir, depuis la newsroom bernoise, ce petit accessoire territorial que représente la Suisse romande. Devra-t-il monter tout en haut de la collégiale protestante Saint-Vincent (Berner Münster), le plus haut édifice religieux de Suisse avec une tour de 100,6 mètres? L'annonce ne précise pas si les jumelles sont fournies d'office.



Médias et suicide: une délicate pesée d'intérêts

Entre le besoin d'informer et le souci d'éviter un effet incitatif, comment choisir? L'association STOP SUICIDE mène une campagne de sensibilisation dans les médias romands. Par André Loersch

jeune qui met fin à ses train, et qui est suivie par une augmenta- l'"effet Werther" pour appeler les jourtion de ce type de suicides dans le pays. Ou une augmentation des suicides dans rendus.

e peut être la diffusion le métro de Vienne après la médiatisad'un feuilleton télévisé en tion d'un tel cas par la presse autri-Allemagne, montrant un chienne. Et voilà les spécialistes de la santé publique en général, du suicide en jours en se jetant sous un particulier, qui évoquent le danger de nalistes à la prudence dans leurs comptes

"L'effet Werther" est inspiré d'un héros littéraire mort en se tirant une balle dans la tête en 1774 dans une œuvre de fiction de Goethe ("Les souffrances du jeune Werther"). Ce livre avait à son époque fait fureur dans une Allemagne en proie à une lame de fond romantique. Dans une préface à l'édition française de 1973, Pierre

Bertaux rappelle que l'histoire d'amour sans espoir de Werther pour Charlotte provoqua un véritable effet d'imitation auprès de la jeunesse. On s'habille alors "à la Werther", "à la Lotte". "Sur les éventails, les bonbonnières, les tabatières, on peint des

> motifs werthériens." Plus dramatique, on se suicide également "à la Werther". Pour Mme de Staël, "Werther a causé plus de suicides que la plus femme du monde".

La Suisse du 21e siècle n'est pas l'Allemagne du 18e, mais le taux de suicide y est préoccupant et les spécialistes se préoccupent toujours d'un éventuel impact des médias sur des personnes fragilisées. Dans son rapport de référence paru en 2005, l'Office fédéral de la santé publique dressait un tableau sombre de la situation. Première cause de mortalité des hommes âgés de 14 à 44 ans, le suicide provoque entre 1300 et 1400 victimes par année (y compris les suicides assistés), ces chiffres plaçant la Suisse "parmi les pays présentant un taux de suicide supérieur à la moyenne". Parmi les mesures possibles de prévention, le rapport évoque l'idée d'"établir un code de conduite sur le traitement du suicide par les médias".

En Suisse romande, c'est précisément sur l'hypothèse d'un impact possible des médias que l'organisation de prévention STOP SUICIDE mène depuis 2012 une campagne de sensibilisation de terrain. Radios, télévisions, journaux, tous les médias sont abordés pour des rencontres de sensibilisation avec les journalistes. La liste inclut le "Matin" ou "20 Minutes", qui se montrent plutôt réceptifs à une telle démarche. "Les journalistes se sentent concernés", souligne Irina Inostroza, responsable du projet médias pour STOP SUICIDE, financé par le canton de Vaud. "Comme tout le monde, de nombreux journalistes ont eu des gens dans leur entourage touchés par ce phénomène."

Parallèlement à cette approche directe, l'association ne se prive pas de s'adresser à l'organe d'autorégulation de la profession, le Conseil suisse de la presse,

à la prudence en la matière. C'était le cas, par exemple, suite à la publication d'un texte au titre choc – "La mort pour 60 dollars" – publié par le "Matin" en 2011. L'article était consacré à une Américaine vendant par correspondance des "kits" contenant le matériel nécessaire pour mettre fin à sa vie. Il donnait de nombreux détails pratiques: annonce du prix, description du matériel, considérations sur les mérites comparés de certains composants, évocation détaillée d'un cas précis d'utilisation

Le Conseil de la presse est rodé sur le sujet: il a reçu pas moins de cinq plaintes entre 2003 et 2011 pour des publications liées au thème du suicide. Dans ce cas particulier, il relève que "le "Matin' ne fait pas que décrire factuellement le dispositif qui a servi à Nick Klonoski à se suicider, description nécessaire à la compréhension du lecteur. Il met en scène l'acte lui-même en décrivant les gestes que le suicidé a dû faire pour parvenir à ses fins. Aucun témoin n'étant présent, il s'agit bien d'une reconstitution destinée à mettre le lecteur .en situation'." Cette description, poursuit le Conseil, "dépasse ,la plus grande retenue' exigée en pareil cas". La plainte de STOP SUICIDE fut donc considérée comme fon-

"Dans ce cas-là, avec la distance, je crois que si c'était à refaire, je déciderais de ne pas publier un tel article", commentait en été 2013 dans le journal "La Cité" Sandra Jean, rédactrice en chef du "Matin". Une position davantage due, selon elle, aux considérations des "praticiens" qu'aux commentaires du Conseil suisse de la presse. C'est ainsi que, malgré les plaintes déposées par STOP SUICIDE contre le "Matin", la rédaction a ouvert ses portes à l'association en organisant une rencontre entre les rédacteurs du journal et ses représentants. Si le message de ceux-ci est bien reçu par la profession, dit Sandra Jean, c'est que "leur approche n'est pas idéologique ou éthique, elle est pragmatique, basée sur une expérience de terrain".

"Nous ne sommes pas là pour faire la morale ou pour dire aux journalistes ce qu'ils doivent faire", souligne Irina Inostroza. "Nous voulons nous inscrire comme partenaires d'un processus de dialogue."

dont les directives contiennent des appels L'approche semble porter ses fruits et permet d'avancer dans la formulation de la problématique. Ainsi, STOP SUICIDE a publié fin 2013 une courte brochure à l'attention des médias et des journalistes romands (elle est disponible en pdf sur son site, stopsuicide.ch). Loin d'un "guide" pour la profession, elle contient un survol de la problématique. Autant de "points de repères" sur la façon de "parler du suicide", qui vont de la situation en Suisse aux normes déontologiques du Conseil suisse de la presse, en passant par l'avis d'experts sur la complexité du phénomène et le possible impact

> Le Conseil suisse de la presse dispose d'une base normative assez développée, contenue dans la "Déclaration des devoirs et des droits du journaliste" et les directives qui en précisent l'application. En matière de suicide, ces directives appellent la profession à observer "la plus grande retenue" dans ses comptes rendus. Elles énumèrent les cas de figure où la médiatisation de cas particuliers est justifiée: quand un suicide provoque un "grand écho public", dans les situations où "le défunt ou ses proches ont rendu d'eux-mêmes son geste public", ou lorsque ce sont des "personnalités publiques" qui se donnent la mort.

> "Il est très difficile de savoir s'il existe un effet d'imitation réel dans les relations de cas de suicide", souligne le président du Conseil, le journaliste Dominique von Burg. "Mais il s'agit d'éviter de prendre le moindre risque." De manière générale, c'est à une constante "pesée d'intérêts" que doivent procéder les médias et les journalistes. "Notre rôle n'est évidemment pas de faire de la prévention. Tout est dans la proportionnalité. Si un élément particulier d'un suicide revêt une valeur informative essentielle, alors l'intérêt général à recevoir cette information peut devenir prioritaire par rapport au souci d'éviter un hypothétique effet d'imitation."

> Le dialogue entamé entre professionnels de la santé et des médias a de toute évidence semblé convaincant pour le bailleur de fonds, puisque le Département de la santé et de l'action sociale du canton de Vaud a décidé de prolonger la convention de partenariat avec STOP SUICIDE. Le dialogue se poursuivra au moins jusqu'en



Un miroir déformant sur le Brésil

Pendant un mois, le monde a les médias braqués sur le pays hôte de la coupe du monde de football. Jean-Jacques Fontaine, journaliste suisse établi à Rio et auteur du blog "Vision Brésil", observe les décalages entre la réalité locale et ce qu'on en dit en Europe. Par Alain Maillard





ESPRIT COLONIAL

A quelques jours du début des compétitions de la Coupe du Monde de Football 2014, le Brésil est victime du "syndrôme journalistique Afrique du Sud": les médias étrangers l'affirment, la Copa ne saurait se dérouler sans problème dans ce pays désordonné. C'était déjà l'oracle des mêmes médias en 2010 pour l'Afrique du Sud. Glamour en moins pour le Brésil. Alors place aux images toutes faites, celles qui alignent les retards dans les travaux de préparation des stades, la désorganisation qui attendrait les visiteurs à leur arrivée dans le pays, le regain de violence programmé simplement parce que le Brésil est le Brésil. Rien à voir avec la perfection allemande de la Coupe 2006. Le Brésil, comme l'Afrique du Sud, c'est un territoire "hors du premier monde". Ce regard aux relents franchement colonialistes de beaucoup des médias européens et américains n'aide pas à comprendre ce qui se passe au Brésil ni à prévoir ce que sera le déroulement de cette Coupe du Monde 2014. Parions qu'au soir du 13 juillet, on dira que la fête aura été belle..

"Vision Brésil", extrait d'un article publié le 28 avril

'idée que la coupe du monde va tout faire exploser, qu'elle va causer des manifestations, des violences, ou que les caisses vont se vider à cause d'elle, "est totalement fausse!" Ancien journaliste à la RTS, Jean-Jacques Fontaine vit à Rio de Janeiro depuis 2007, et y forme des animateurs de radios communautaires. Il tient un blog, "Vision Brésil", dont les articles ont largement nourri un livre qu'il vient de publier, "L'invention du Brésil" (Editions L'Harmattan). Vaste pays qu'on ne peut réduire à quelques clichés!

D'ailleurs, nous dit-il à un mois du début de l'événement planétaire, contrairement à ce qu'on pourrait imaginer ici, les médias n'en parlent encore que peu. Oui, c'est vrai qu'on y voue un véritable culte à ce sport, mais c'est trop tôt. Ce sont encore les championnats régionaux qui font les titres des rubriques sportives.

Pourquoi Michel Platini, président de l'UEFA (Union européenne de football), croit-il devoir demander aux Brésiliens de rester calmes pendant la coupe du monde, "d'attendre un mois avant de faire des éclats un peu sociaux"? Par méconnaissance, à entendre Jean-Jacques Fontaine. Parce que les médias européens focalisent tout, à tort, sur le Mundial. Les troubles sociaux qui ont eu lieu l'an dernier pendant la coupe des Confédérations (une sorte d'antichambre de la coupe du monde) n'ont pas été provoqués par le football. Ils ont été déclenchés par une augmentation des tarifs des transports publics, ils ont débordé sur des questions de santé, d'éducation, ce n'est qu'en cours de route que les dépenses "somptuaires" pour de nouveaux stades ont été mises en cause.

"Cette année, je fais le pari qu'il n'y aura pas de manifestations. Ou très peu. Parce que le mouvement social est retombé. Et parce que l'élection présidentielle en octobre va bien plus mobiliser l'opinion."

Un scandale économique, la coupe du monde, dans un pays qui fe-

rait mieux de s'occuper de ses miséreux? Non. En tout cas, ce n'est pas vécu comme ça. Jean-Jacques Fontaine n'est pas un fan de football. Mais il observe que les 16 milliards investis pour l'événement représentent peu pour la septième puissance économique de la planète, et qu'une bonne partie va dans des infrastructures qui serviront le pays. Il y a des retards de construction, mais c'est habituel.

S'il y avait scandale, détournement majeur de fonds, nul doute que les médias brésiliens en parleraient. Parce qu'on y trouve une information de qualité. Il existe même un "site de la transparence" qui informe en détail sur le coût de la coupe du monde. Et un groupe médiatique comme Globo est capable d'envoyer des journalistes enquêter pendant six mois sur un sujet, comme ils l'ont fait sur la "dictature des trafiquants" dans les favelas.

Un pays corrompu, le Brésil? Oui, mais ce qui attire l'attention, c'est que maintenant on en parle, souligne Jean-Jacques Fontaine. Le sujet est abordé dans la presse. Avec pour effet pervers que ça nourrit cette image de "pays pourri" quand justement des efforts sont entrepris pour lutter contre des pratiques profondément ancrées

Que dire de la place du football dans la société brésilienne? Elle est immense. "C'est un pilier de l'identité." Quand, au début, on lui demandait quelle équipe il soutenait et il répondait aucune, Jean-Jacques Fontaine était regardé comme un extraterrestre. Maintenant, pour avoir la paix, il en cite une. Pour autant, il n'est pas choqué par le traitement médiatique du phénomène. Il voit des émissions très professionnelles, à l'américaine. L'équipe nationale est suivie de près, critiquée, il faut absolument que le Brésil gagne la coupe du monde, mais il ne voit pas d'hystérie, pas de chauvinisme revanchard. Les excès partisans sont plutôt en Europe. Au Brésil, en cas de défaite, on passera à autre chose. "Le football y reste un jeu."

LA POLICE DÉBORDÉE?

Mardi 22 avril 2014, Cantagalo-Pavão-Pavãozinho. Une traque policière menée contre un des chefs du trafic local de drogue, en fuite depuis plusieurs semaines, tourne mal: échange de coups de feu, barricades de voitures brûlées, un mort. Cet homme de 26 ans était danseur dans une émission de TV Globo, son décès ne reste donc pas anonyme La répercussion médiatique de ces événements est immédiate et mondiale. Tonalité générale: attention, "violentes émeutes à Rio de Janeiro à quelques semaines de la Coupe du Monde". Entendu au Journal d'Arte le lendemain: "L'armée a été appelée en renfort pour contrôler la situation car la police est débordée, elle ne peut plus faire face à la violence. Reprenons les faits: il y a eu dérapage et mort d'un innocent à Cantagalo-Pavão-Pavãozinho. favela pacifiée depuis 2009, c'est indéniable. Mais la révolte ne traduit pas, comme on a pu le lire, l'échec de la politique de pacification mise en place par les autorités. Au contraire, elle révèle une vigilance populaire accrue contre l'arbitraire. Et cela, c'est justement le fruit de cette politique de pacification: les gens ne s'en laissent plus compter. Dès qu'il y a abus ou soupçon d'abus, ils protestent. C'est un fait nouveau et encourageant. Quant à l'occupation des favelas par l'armée, il

ne s'agit pas comme le prétend Arte d'une situation dans laquelle "la police est débordée," mais d'une stratégie systématiquement appliquée dans les opérations de pacification: dans un premier temps, ces bidonvilles sont investis massivement par les forces de l'ordre afin d'en prendre le contrôle, ensuite, les unités de police de pacification sont mises en place, dans un délai de quelques semaines à quelques mois, lorsque la situation est stabilisée. Dans le cas des favelas de la Maré, qui regroupent sur une vaste surface 130 000 habitants et étaient contrôlées par trois factions criminelles rivales se disputant le territoire, le recours aux soldats se justifie: il faut beaucoup de monde pour tenir les points de contrôle et la police ne dispose pas d'effectifs suffisants. Je m'y suis rendu quelques jours après le début de l'occupation militaire. La présence de l'armée dans les rues y était en effet voyante, et les vérifications d'identité systématiques, mais menés de façon très courtoise. A chacun des contrôles, les soldats distribuent un petit dépliant dans lequel ils "s'excusent du désagrément causé, nécessaire cependant pour augmenter la sécurité des habitants".

Que les visiteurs du Mundial se rassurent: Rio de Janeiro n'est pas un coupe-gorge, ses rues ne sont pas à feu et à sang. Le nombre d'homicides enregistré en 2010 a été le plus petit depuis 1991. Et en 2013, il a été à peine plus élevé.

"Vision Brésil", extrait d'un article publié le 28 avril

20 edito+klartext 03 | 2014 edito+klartext 21

Des médias ethniques combinés

Les médias destinés aux migrants en Suisse ont formé une association. Celle-ci propose des combinaisons publicitaires qui permettraient d'atteindre un million de personnes. Par Bettina Büsser

e Forum pour l'intégration des migrantes et des migrants en dénombre 63: des journaux, des chaînes de radio ou de télévision, des sites Internet qui s'adressent aux communautés d'origine étrangère dans leurs langues maternelles. La plupart sont inconnus du public et des annonceurs suisses, mais ils ne souhaitent pas le demeurer. C'est une des raisons pour lesquelles en 2002, 14 d'entre eux ont décidé de créer l'association **Ethno Media Swiss**.

Selon sa présidente, Ursula Dubois, responsable de migraweb.ch, "ces médias sont de styles différents, mais tous se déplacent sur la crête entre la mémoire de la patrie d'origine et la vie dans le pays d'accueil". Pour être membres de l'association, ils doivent montrer qu'ils contribuent à l'intégration en Suisse, qu'ils sont politiquement indépendants et ont une approche journalistique, ouverte à des opinions différentes, reconnaissant les droits et obligations définis par le Conseil suisse de la presse.

"Mundo Hispánico", par exemple, est un magazine mensuel indépendant créé en l'an 2000. Selon son directeur Miguel Rodríguez, il contient autant d'informations sur la Suisse que sur les pays hispanophones. Son tirage est de 16 000 exemplaires, la moitié vont à des abonnés et l'autre moitié à 8000 adresses différentes chaque mois. Financé exclusivement par la publicité et les abonnements (55 francs par an), il tourne grâce à une trentaine de contributeurs bénévoles dans toute la Suisse—un fonctionnement qu'on retrouve





dans d'autres médias ethniques. Miguel Rodríguez espère que l'association lui permettra d'augmenter ses moyens grâce à son offre publicitaire combinée.

C'est une "offre intéressante", affirme Ursula Dubois, parce que "les migrants constituent un segment important de la clientèle, et avec ces médias, vous pouvez atteindre **80 pour cent** d'entre eux dans leurs langues maternelles. Donc environ un million de migrants." Par exemple, selon Cemil Baysal, rédacteur en chef de la revue mensuelle "Post Gazetesi", qui vend des éditions régionales dans plusieurs pays européens, l'édition suisse permettrait d'atteindre environ 85 pour cent des quelque 120000 personnes d'origine turque vivant en Suisse.

Comment ces médias traitent-ils des sujets politiques sensibles en Suisse, tels que l'initiative "contre l'immigration de masse"? "Nous restons toujours factuels et parlons avec les politiciens des deux côtés", assure Cemil Baysal. Quand une décision politique suisse ne "ravit pas" les Turcs, ou les migrants en général, le "Post" s'efforcerait plutôt d'apaiser ses lecteurs. Un tiers d'entre eux sont d'ailleurs de double nationalité et ont le droit de vote en Suisse: "Parmi eux, il y a des gens qui sont très à gauche et d'autres qui soutiennent l'UDC." "Mundo Hispánico", lui, a réagi vivement au verdict du 9 février, surtout dans ses pages d'opinion: "Nous avons accepté le résultat, mais nous avons surtout critiqué ceux qui se montraient surpris par les conséquences de l'acceptation de cette initiative, alors qu'ils pouvaient en avoir connaissance avant."





Quand l'info fait la paix

Une agence de presse francophone, Syfia, réalise dans l'ombre un travail important depuis une dizaine d'années dans la région des Grands lacs d'Afrique centrale. Par Arnaud Bébien

ans un village du Burundi, j'ai vu des femmes s'asseoir au beau milieu d'une plantation de bananes. L'une d'entre elles traduisait nos articles sur la violence conjugale en kirundi. Elles essayaient ensemble de trouver des solutions." Coordinatrice française de l'agence Syfia, Marie-Agnès Leplaideur dispose d'une soixantaine de correspondants dans la région des Grands lacs d'Afrique centrale. Des histoires témoignant que cette agence de presse, active depuis une dizaine d'années, est source de changements dans la région se succèdent dans les bouches de ses collaborateurs.

Les publications bimensuelles au Burundi, au Rwanda et en République démocratique du Congo (RDC) sont manifestement très attendues par les populations. Il faut dire que les sources d'information dans cette région, encore instable, ne sont pas nombreuses. Les guerres datent de moins de vingt ans. Les correspondants remarquent que les populations n'ont jamais décroché de lire Syfia. Certains évoquent en premier lieu la qualité des sujets. "Nous prouvons depuis dix ans que les Africains lisent s'ils ont des choses à lire", fait ainsi remarquer l'un d'eux depuis la RDC. Un confrère burundais le relaie: "Des articles écrits en français et traduits dans la langue nationale, le Kirundi, sont largement lus par des femmes et des hommes du monde rural."

Pour Jacques Bukuru, l'un des piliers historiques de Syfia au Burundi, l'une des réussites de Syfia est incontestablement le cahier bimensuel de quatre articles intitulé "Dignité de la femme". Y sont notamment évoquées les violences basées sur le genre, le combat contre les viols et la violation des droits des femmes. Lectrice assidue, Languide Burikwindoge, enseignante au lycée communal de Muyinga dans le nord du Burundi, est engagée dans le rapprochement des couples qui ont un différend familial. "J'ai réglé plusieurs litiges familiaux ici à Muyinga et toutes ces familles lisent désormais le cahier 'Dignité de la femme", souligne-t-elle.

Jacques Bukuru se rappelle aussi un article qui a suscité moult débats. "C'était un papier sur l'alcoolisme. J'avais titré ,Les pères boivent, les familles jeûnent", se souvient-il avant de poursuivre: "Au-delà des discussions amusantes – surtout dans les bistrots – certains ont reconnu leurs er-

SYFIA EN QUELQUES CHIFFRES:

Les reprises des articles par les chaînes de radio et de télévision se situent entre 3000 et 4000 par an, sur les trois pays (Burundi, RDC, Rwanda).

Syfia tire à 4500 exemplaires environ des journaux de huit pages de format tabloïd.

L'agence publie trois journaux, un par pays.

Pour Jacques Bukuru, l'un des piliers reurs et se sont résolus à abandonner la bière ou à en limiter la consommation." Au Rwanda, un article du correspondant Jean de la Croix – "La bière frelatée enivre à mourir" – a été très repris par les médias locaux. "Il a poussé les autorités de l'office rwandais de la normalisation à interdire la vente de ces alcools", signale le journaliste

Pourtant, comme le rappelle Marie-Agnès Leplaideur – qui garde un œil attentionné sur ses correspondants –, le travail en Afrique centrale n'est pas une partie de plaisir. "Nos journalistes évoluent parfois dans des conditions difficiles. Dans l'Est de la RDC, les conditions de transport, en dehors des villes, relèvent souvent de ,l'expédition', sur des chemins boueux à moto ou en pirogue sur les cours d'eau."

Ce que retient Ernest Mukuli, correspondant de Syfia à Kisangani en RDC, c'est "la crédibilité de son média". Pour étayer son propos, il s'appuie sur les étudiants en journalisme. Selon lui, "ils préfèrent actuellement passer leur stage au bureau Syfia de Kisangani que dans les autres médias. En septembre dernier, nous avons reçu 43 étudiants stagiaires. Pendant qu'à la Radio Télévision nationale du Congo, ils n'ont pas atteint les 25 étudiants." Malgré le retrait de certains de ses bailleurs de fonds européens, Syfia est bien décidé à continuer. Pour le bien et l'avenir des populations des Grands lacs.

22 edito+klartext 03 | 2014 edito+klartext 23



Pays basque: pourquoi les médias "ont échoué"

Mathieu Crettenand est spécialiste du rôle des médias dans les zones de conflit. Il a été un témoin direct du processus de pacification du conflit basque. Interview: Helen Brügger

Edito+Klartext: Pourquoi avez-vous choisi le conflit basque pour votre étude sur le rôle de la presse dans la construction de la paix?

Mathieu Crettenand: Ce livre est l'aboutissement d'un parcours professionnel que j'ai débuté dans une ONG genevoise, disparue entre-temps, la "Ligue internationale pour le droit et la libération des peuples". Comme chargé de programme de cette ONG, j'ai accompagné des délégations de représentants de mouvements en lutte pour leur autodétermination. J'ai vécu plusieurs années à Madrid, où ma vision quelque peu romantique du conflit basque s'est heurtée au traitement du sujet dans les médias. J'ai ensuite

fait une thèse de doctorat à l'Université de Genève. Ce qui m'a particulièrement intéressé, ce sont les raisons pour l'échec des médias – pro-espagnols aussi bien que pro-basques – à jouer un rôle positif dans le processus de paix.

En quoi ont-ils échoué?

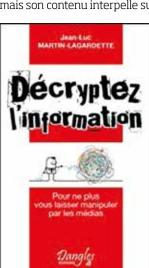
Mon enquête montre que les médias sur lesquels j'ai travaillé ont été incapables de se libérer de leur connivence avec les parties en conflit, et à quel point ils ont fait du suivisme politique. Ils n'ont pas rempli leur rôle, ni dans la recherche de la vérité, ni dans la vérification des sources, ni dans la recherche de la pluralité des opinions. Ils n'ont pas été capables de faire un journalisme responsable, et ils ont été dépassés par la société civile dans le processus de construction de la paix. Quand en 2011, l'organisation indépendantiste basque ETA a déclaré l'abandon définitif de la lutte armée, ce fut une victoire de la société civile plutôt que des médias qui auraient dû contribuer à former l'opinion.

Quelles en sont les raisons selon vous?

Les médias sont des produits qu'il faut vendre. La guerre, la violence sont plus vendeurs que la paix. Le côté "spectacle" a joué un rôle important dans ce conflit, comme dans toutes les guerres médiatisées. Les milieux de la lutte armée l'ont utilisé, mais aussi leurs adversaires. Lors de chaque arrestation importante dans les milieux indépendantistes, il y avait des caméras présentes, une mise en scène de l'action policière. Cela a été récemment au point que les services secrets distillaient des communiqués de presse avant l'action. Il y avait aussi, dans les années 1990, des directives spéciales, jamais assumées bien sûr, aux médias. Des recommandations quant à la terminologie: ainsi il ne fallait pas parler de conflit nationaliste ou de conflit identitaire, mais de conflit terroriste.

Penser contre soi-même

Et si on réhabilitait la recherche de la vérité? C'est ce que propose le journaliste français Jean-Luc Martin-Lagardette dans un petit livre stimulant, "Décryptez l'information". Son sous-titre semble le destiner au grand public, "Pour ne plus vous laisser manipuler par les médias", mais son contenu interpelle surtout nos pratiques professionnelles: la



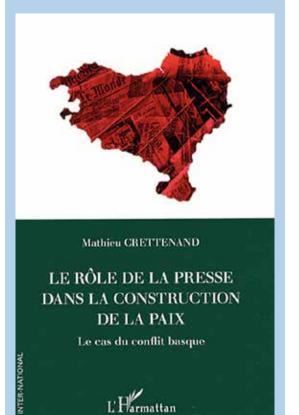
quête du vrai délaissée au profit de la rhétorique, l'autocensure, les désinformations involontaires. Les journalistes n'aiment pas l'admettre, mais ils ne peuvent pas ne pas être influencés de diverses manières - par leur formation, leur personnalité, les idées reçues de l'époque ... Mieux vaut, nous dit-il, en avoir conscience pour s'efforcer d'en réduire les effets.

Non, il n'existe pas de vérité absolue ou d'objectivité parfaite. Néanmoins, dit Jean-Luc Martin-Lagardette, le public a besoin de sentir que nous sommes en quête de vérité. Ce que nous pouvons mettre en œuvre, c'est ce qu'il appelle une "objectivité pragmatique". Qu'est-ce que cela signifie en journalisme? Une information vérifiée, dénuée de jugements, autour de laquelle on a recherché une diversité de points de vue - cette "intersubjectivité" qui selon le philosophe Karl Popper caractérise la démarche scientifique.

En d'autres termes, ce qui caractérise au mieux la démarche "véritale", c'est la recherche de la contradiction. A laquelle nous avons trop tendance à renoncer pour protéger ce qui détermine souvent nos sujets: "l'angle". Il n'est pas illégitime d'en avoir un, comme le chercheur qui formule une hypothèse et la met à l'épreuve. A condition de savoir accueillir, ou mieux encore, traquer tout ce qui peut aller à l'encontre de cet angle, aussi bon fût-il au départ. Il s'agit d'apprendre, comme le disait Sartre, à "penser contre soi-même". D'entretenir une culture du doute et du contradictoire.

Coordinateur du projet de création d'un Conseil de la presse en France, Jean-Luc Martin-Lagardette nous appelle à l'exigence personnelle: "Si nous avons le désir sincère d'échapper à nos présupposés, de lâcher les filtres qui déforment notre vision, il nous est absolument indispensable d'adopter une démarche autocritique impitoyable et de tous les instants." Le pouvons-nous (encore)? AM

Jean-Luc Martin-Lagardette, "Décryptez l'information - Pour ne plus vous laisser manipuler par les médias", Editions Dangles



Mathieu Crettenand est docteur en Sciences de la communication et de l'information, spécialiste de la communication médiatique et du rôle des médias dans les zones de conflit. Il a 36 ans, vit et travaille à Genève et vient de publier un ouvrage sur le rôle des médias dans le processus de transformation du conflit basque: "Le rôle de la presse dans la construction de la paix – Le cas du conflit basque", Editions L'Harmattan, Paris 2014. Avec une préface de Pierre Hazan.

Peut-on reprocher à ces médias un manque d'objectivité?

Il n'y a pas seulement des raisons idéologiques. Des contraintes économiques incompatibles avec le "peace journalism", avec un journalisme responsable, ont joué un rôle: il faut du sensationnalisme pour mieux vendre. Il y a le temps de production et les moyens financiers limités, il y a les contraintes de la technique, de la hiérarchie, de la ligne éditoriale. En Espagne, les journalistes sont mal payés, et il n'y a pas d'organe de contrôle,

d'autorégulation comme par exemple le Conseil suisse de la presse, pour contribuer à une réflexion autocritique, à une remise en question de ses propres pratiques. A cela s'ajoutaient des contraintes liées au conflit: journalistes assassinés, travaillant avec des gardes du corps, mais aussi journalistes emprisonnés, condamnés...

Qu'entendez-vous par "peace journalism"?

C'est un concept développé par l'universitaire norvégien Johan Galtung, pionnier de la résolution des conflits, à partir des années 1998. C'est le concept d'un journalisme responsable qui s'oppose au "war journalism", à la propagande guerrière. Ceux qui ont développé le concept pensaient qu'il suffisait d'initier les rédactions à ce modèle pour éviter que les médias ne jettent de l'huile sur le feu, et pour promouvoir une information contribuant à la paix et à la résolution pacifique des conflits. Pour moi, il s'agit d'un modèle, d'une grille pour traiter un conflit armé, mais mes recherches m'ont persuadé, malheureusement, que c'est un modèle idéal, incompatible avec le modèle économique sur lequel fonctionne la presse.

En somme, vous avez une vision pessimiste du rôle des médias dans des conflits?

Il ne faut pas s'en prendre aux journalistes. Chez ceux que j'ai interrogés, j'ai trouvé beaucoup de bonne volonté, ils étaient persuadés d'avoir fait de leur mieux. Mais dans le conflit basque, dans le contexte d'une polarisation extrême, il n'était pas possible de développer une manière de traiter l'information qui permette de débloquer la situation. Cela a été possible en Irlande du Nord, où par exemple le journal unioniste "Belfast Telegraph" a fait des efforts pour attirer des lecteurs de la communauté catholique et a été capable de développer une culture de dialogue à l'intérieur du titre. Il y a des moyens simples: écrire des éditoriaux communs à plusieurs titres, faire des débats entre protagonistes opposés, tenter de mettre en valeur des initiatives de paix, des acteurs qui œuvrent dans ce sens, bref, de faire circuler des opinions opposées. Mais ce n'est pas très sensationnel...

... et se heurte à la logique commerciale.

Oui, je pense qu'elle est l'obstacle principal à un journalisme responsable.

Publicité



24 edito+klartext 03 | 2014



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.

Rapt au Nigéria: le retard des médias

Plus de trois semaines de silence, puis des gros titres: sur le site critique des médias arretsurimages.net, le 7 mai, **Vincent Coquaz** analyse le traitement médiatique du rapt collectif de jeunes filles au nord-est du Nigéria.

If laura fallu du temps. Il y a trois semaines la secte Boko Haram enlevait plus de 200 lycéennes...: le sujet du journal de 8 heures de France Inter, le 8 mai, sonnait presque comme un aveu. Comment expliquer un tel retard à l'allumage? Dès les premiers jours, le flou complet qui entourait l'enlèvement a sans doute poussé les grands médias à la prudence. D'abord, le nombre exact de filles enlevées a fortement varié. Le lendemain de l'enlèvement, l'armée nigériane annonçait avoir libéré, la plupart des 129 lycéennes enlevées', selon l'AFP. Une autre explication réside dans la ,concurrence'des sujets internationaux: l'ensemble des JT de 20 h de France 2 de la période comporte ainsi au moins un sujet sur l'Ukraine (et le plus souvent deux ou trois). La journaliste américaine Lauren Wolfe, spécialiste des violences faites aux femmes, citée par Atlantico, estime que ,les crimes contre les filles et les femmes ne sont pas seulement courants, ils sont ignorés, ils ne sont pas sanctionnés et les médias internationaux n'en parlent pas, surtout quand ils se déroulent dans les pays pauvres et en développement'. Pour la journaliste internationale de CNN Frida Ghitis, il ne fait aucun doute que ,si cela s'était passé ailleurs, ce serait l'histoire la plus importante du monde'.

Pour Marc-Antoine Pérouse de Montclos, chercheur à l'Institut de recherche pour le développement (IRD) spécialiste du Nigéria, ,la vraie question est toute autre: pourquoi se focaliser sur les lycéennes? 210 lycéens ont été tués par Boko Haram les 11 et 12 avril [deux jours avant l'enlèvement] et personne n'en a parlé. Et puis je n'ai vu aucune reprise médiatique quand c'est l'armée qui attaque et massacre, comme à Baga. Il faut replacer cet enlèvement dans le contexte de massacres des deux côtés depuis mai 2013.' Contrairement à des assassinats, relève Pérouse de Montclos, un enlèvement constitue une histoire ,avec des rebondissements, avec du suspens', plus propice à la narration médiatique. Enfin la mobilisation des réseaux sociaux face ,à un ennemi identifié, la secte islamiste', a indéniablement contribué à mettre le kidnapping à la une des journaux.

Une enquête exemplaire... ou presque

Le prix Pulitzer (catégorie reportage d'investigation) a été décerné à une enquête publiée sur le site du Center for Public Integrity (CPI), organisation sans but lucratif. La journaliste **Marie Rousseau** l'évoque sur le blog "Le kiosque de New York".

//Spécialisé dans les questions de l'environnement, Chris Hamby travaille depuis des années sur les mineurs des
Appalaches (Virginie, Virginie occidentale et Kentucky) qui font face depuis la fin des années 90 à une résurgence des
,black lung diseases' (anthracoses) - une maladie causée par les poussières de charbon qui attaquent progressivement et irrémédiablement les poumons. 6 pour cent d'entre eux seraient aujourd'hui touchés par la maladie, un chiffre bien en dessous de la
réalité pour les chercheurs. Et pour cause: les compagnies minières font tout pour empêcher que leurs employés soient reconnus comme
malades pour ne pas avoir à payer de soins médicaux ou à verser de pensions d'invalidité.

Le documentaire a accumulé les prix: de la Société professionnelle des journalistes, de l'Université de Harvard, de l'Association des correspondants de la Maison blanche. L'occasion, à chaque fois, de saluer ,un modèle de collaboration' (entre la chaîne ABC et le Center for Public Integrity) et un exemple à suivre pour les autres rédactions. Mais entre le CPI et ABC, l'idylle a tourné court le 14 avril quand le Pulitzer a consacré la même enquête en récompensant cette fois-ci un seul des deux partenaires, le CPI - sans aucune mention de la chaîne de télévision nationale. Le jour même, le directeur d'ABC News, Ben Sherwood, a publiquement dénoncé la position de son homologue du CPI, l'accusant d'avoir minimisé le rôle de ses journalistes dans le déroulement de l'investigation. Bill Buzenberg, le directeur du CPI, a fermement refusé de partager le prix, expliquant que la contribution de la chaîne a été, exclusivement au

bénéfice d'un reportage télévisé'. Le jury Pulitzer a reconfirmé la seule attribution du prix à

Chris Hamby, estimant qu'il avait fait l'essentiel du travail.

Pulitzer: le choix du courage

Dans sa chronique "C'est-à-dire" sur sept.info, **François Gross**, ancien rédacteur en chef de la "Liberté", revient sur l'attribution du Prix Pulitzer (catégorie service public) au "Guardian" et au "Washington Post" pour leur traitement des révélations d'Edward Snowden sur l'espionnage et les écoutes téléphoniques pratiqués par la NSA

de deux quotidiens. Et il en aura fallu pour aller à contre-courant d'une indignation patriotarde dans les pays où paraissent ces titres et une bonne dose de couardise dans les Etats dits ,du monde libre'. Au point qu'aucun d'eux n'a songé à héberger Snowden-le-proscrit. Paradoxe ironique, c'est la Russie du sieur Poutine qui a temporairement accordé l'asile au lanceur d'alerte. Cela dit, ce n'est pas minimiser l'importance de ce prix que de préciser qu'il ne couronne pas, à proprement parler, le journalisme d'investigation. Certes, un méticuleux travail de vérification a été accompli et un tri judicieux des informations opéré. Ce n'est pas rien. Mais les textes publiés ne sont pas le fruit d'enquêtes journalistiques patiemment et longuement menées. Les entraves n'ont bien sûr pas manqué, les pressions non plus, la crainte de perdre des lecteurs indignés a été écartée. Un défi à l'heure où la presse écrite, fragilisée, est donc peu portée à l'audace.

Mais le plus beau, dans ce Pulitzer, n'est-il pas qu'il soit décerné par des Américains et aux Etats-Unis, au nez et à la barbe des contempteurs de l'auteur de ces fuites et des procureurs qui le traquent? Oui, honneur à ce jury auquel incombe la tâche difficile de justifier son choix.

"Nous sommes une embuscade"

A la veille d'un changement d'actionnariat, la rédaction du quotidien français **Libération** publie un nouveau Manifeste. "Nous sommes un journal", annonçait-elle le 8 février contre un projet de conversion de son siège parisien; cette fois, elle veut affirmer ses

Nous sommes une embuscade dans la jungle de l'information': ainsi s'achevait le manifeste de 1973 signant la naissance de "Libération'. Quarante ans plus tard, au temps de l'infobésité, de l'info instantanée qui émiette et dissout, de l'infotainment, de la communication, du marketing partout et tout le temps, nous devons plus que jamais être une embuscade: l'étonnant, le détonnant, l'aiguillon, le piquant, l'ironique, le moqueur, l'empêcheur de tourner en rond, le grain de sable qui grippe la machine médiatique. Nous devons être une embuscade et être en embuscade partout, dans le monde, dans les régions avec nos correspondants, et dans toutes nos éditions: qu'elles soient de papier, numériques, vidéo, réseaux sociaux, forums, livres, lieux de rencontres avec nos lecteurs. Nous devons être en embuscade et débusquer l'information qui ne passe pas les digues médiatiques, la réalité derrière l'information majoritaire, l'alternative derrière l'idéologie du réalisme, car non, ce n'est pas ,comme ça', et si, on a le choix.

Expliquer le journalisme sur scène

Sur le blog critique "les Indignés du PAF" (pour Paysage audiovisuel français), **Sabine Chevrier** rend hommage le 20 avril à un journaliste qui veut expliquer les coulisses du métier.

Mercredi dernier, j'ai assisté à la résolution d'un mystère. Sur scène, le journaliste Philippe Merlant proposait au public d'élucider cette énigme: pour quelles raisons la confiance entre les citoyens et les journalistes est-elle si faible? Pourquoi ces derniers sont-ils perçus comme étant du côté des puissants? Quelles sont les solutions possibles? Autant vous le préciser tout de suite, trois heures avec entracte et six étapes sont nécessaires pour résoudre cette enquête policière, à la manière de Rouletabille. Fort de ses 40 ans d'expérience, essentiellement en presse et radio, coauteur de "Médias, la faillite d'un contre-pouvoir', Philippe Merlant connaît son sujet. Pour le transmettre, il entremêle, selon le principe de la conférence gesticulée, récits autobiographiques, analyses et théories. Ses débuts à France Inter sont savoureux, les coulisses des sondages édifiantes, le rappel des erreurs terrible, comme cette relecture d'articles concernant l'affaire Outreau. Moments d'émotion, d'humour, d'autodérision et de poésie alternent avec analyses économiques, sociologiques et rappels historiques.

Philippe Merlant nous propose son point de vue, celui d'un journaliste engagé. Il coordonne à l'EMI, Ecole des Métiers de l'Information, la formation gratuite ,Reporters Citoyens', qui ouvre les métiers du journalisme à des jeunes des quartiers populaires. Il ne considère pas Internet comme un ennemi, mais comme l'une des solutions, tout comme la création d'un Conseil de presse. On pourra ne pas être d'accord sur certaines de ses analyses. Les erreurs des journalistes sont ainsi minorées dans le processus de perte de confiance des citoyens envers les médias.

Ce spectacle permet au public de découvrir les coulisses de l'information. Les spectateurs sont amenés à participer, créant un lieu d'échange.

Philippe Merlant contribue ainsi à la réconciliation des citoyens avec leurs journalistes par la compréhension des contraintes de la profession et des responsabilités de chacun, public compris.

