

« Information et satisfaction éthique »

Mots clefs : INFORMATION - SATISFACTION ETHIQUE – CONVERSATION – COMPARAISON INTERNATIONALE – CODES DE DEONTOLOGIE – JOURNALISME – MEDIAS – BIEN COMMUN – ETHIQUE

Henri Pigeat, directeur du séminaire

Parler de satisfaction éthique dans le domaine de l'information ne va pas de soi. D'un point de vue sémantique, le mot « satisfaction » oriente vers deux sens opposés : d'un côté, celui d'une action à réaliser, de l'autre un résultat que l'on peut constater. L'épithète éthique aide à faire le lien entre le devoir et le bénéfice et entre les individus et la collectivité, à travers l'attention à l'autre. La recherche de la satisfaction éthique s'inscrit dès lors dans la relation naturelle entre l'intérêt de chacun et celui de tous.

Concrètement, dans le domaine de l'information, ce concept soulève plusieurs questions : sommes-nous suffisamment et correctement informés pour connaître et comprendre les divers aspects des affaires communes, sans être trompés par des erreurs d'information ou des manœuvres de propagande ? L'information circule-t-elle correctement ? Respecte-t-elle suffisamment les personnes en cause et le public ?

Ces questions sont complexifiées par le fait que le journalisme est un acte éminemment humain, et donc jamais neutre. Les méthodes journalistiques doivent en effet composer avec les aléas, les approximations et les erreurs de l'action humaine quotidienne qu'est l'information. Les journalistes et les médias produisent l'information nécessaire au débat public, mais ils ne peuvent, par exemple, jamais être totalement neutres.

Le choix de l'angle, acte journalistique incontournable pour toute information, peut illustrer cette difficulté, comme dans l'exemple bien connu du verre à moitié plein ou à moitié vide. Choisir entre ces deux présentations est un acte profondément subjectif : selon le choix, le sens du message sera pourtant radicalement différent. La responsabilité du journaliste sera engagée, mais aussi celle des sources, des autres médias, du contexte, voire du public. Comment dès lors apprécier la réalisation de la satisfaction éthique et répartir les responsabilités qui y contribuent ?

Plus concrètement, deux exemples tirés de l'actualité récente permettent d'ancrer ces questionnements philosophiques dans la réalité des problèmes d'information :

- L'affaire Cahuzac pose ainsi plusieurs questions : les citoyens ont-ils disposé d'une information suffisante pour être convenablement éclairés ? Cette information a-t-elle suffisamment privilégié l'exposé du fait, avant de le juger, de le commenter ou d'en orienter le sens ? Le travail des médias a-t-il été équilibré ? Les angles prioritairement choisis pour parler de l'affaire ont-ils respecté la liberté de

jugement des citoyens ? Cet épisode sert-il la capacité de vivre ensemble ou aiguise-t-il les conflits dans la cité ?

- L'affaire Murdoch, en Grande Bretagne offre un exemple parallèle. Après deux ans d'enquêtes et de débats publics, le gouvernement du Royaume-Uni vient d'annoncer la création d'un « organe national de régulation », sans pouvoir coercitif, mais qui offrirait un lieu de réflexion sur les manquements de la presse. Avant même de voir son application précisée, l'idée fait déjà l'objet de controverses animées sur de possibles ingérences politiques dans le fonctionnement des médias.

Alain Cugno, philosophe, membre du comité de pilotage

La notion de satisfaction éthique est d'origine hégélienne, et a été réinterprétée par Eric Weil. L'idée est qu'une communauté politique est libre à condition que chacun des citoyens trouve en elle la satisfaction de ses désirs. Il s'agit donc de la satisfaction comme résultat davantage que de la satisfaction d'un devoir accompli. Cette exigence de satisfaction éthique se trouve inscrite dans le paradoxe fondamental du bien commun, c'est-à-dire le fait que les intérêts particuliers ne sont pas en opposition avec l'intérêt général mais que l'intérêt général est partie prenante des intérêts particuliers. La résolution de ce paradoxe présuppose de l'existence de l'État comme le garant de l'inaliénable. A cette condition, la satisfaction éthique devient possible, et chacun a un besoin vital de la satisfaction éthique des autres. Ce mouvement produit une intensification de l'existence par la communauté politique, qui porte nos propres existences et leur permet d'arriver à un achèvement qui ne doit rien à la vie politique mais tout à mes propres désirs.

Transposée aux médias, la question de la satisfaction éthique devient : quelle place l'information joue-t-elle dans cet espace ? Comment peut-elle contribuer ou gêner la satisfaction éthique ? Dans le contrat social, Rousseau écrit : « Il faut montrer [au peuple] les choses telles qu'elles sont, quelquefois telles qu'elles doivent lui paraître ». Il y a dans cette proposition le germe de la propagande – d'État, mais aussi privée –, qui doit absolument être écartée en vue de la satisfaction éthique. C'est pour écarter la propagande la notion de débat public est nécessaire. Malgré les apparences, le débat ne doit pas avoir la forme de l'exposé de thèses contradictoires. Le paradigme du débat, ce n'est pas le procès ou sa forme caricaturale où on organise le temps de parole à la télévision, où l'idée qu'on puisse changer d'avis à l'issue du débat n'est même pas envisagée, mise celui de la conversation. Gadamer fait ainsi de la conversation le grand principe de décèlement de la vérité. La conversation ne se décrète pas, mais c'est elle qui décide de naître. On ne peut pas davantage la mener ; elle prend et reprend la parole et permet à chacun de dire ce qu'il a à dire. Enfin, elle recherche un accord sur l'objet dont on débat : un débat est réussi lorsqu'on peut faire apparaître ce sur quoi on est ou non d'accord. Il est déjà considérable de parvenir à un tel objet : nous savons de quoi nous parlons.

La conversation portée à l'échelle de la communauté politique est la satisfaction éthique liée à l'information. Elle est aussi l'ouverture de chacun à sa propre liberté de pensée. Parvenir à ce que ce dont on débat soit ce dont on débat est donc le but fondamental de la conversation.

Dans la plupart des débats auxquels nous assistons, les crispations ne se situent pas au niveau des argumentaires, mais de manière souterraine, et les argumentaires jouent un rôle analogue à celui des champions dans les affrontements médiévaux. On se bat ainsi dans un champ, alors qu'en réalité le champ est ailleurs. Ce déplacement définit la figure du fanatique, qui n'est pas celui qui adhère trop à une thèse, mais quelqu'un qui adhère davantage à la thèse qu'aux raisons d'y adhérer. Il souffre d'un déficit de croyance : il ne croit pas à ce qu'il défend. Toute l'énergie du fanatique provient de son incroyance, ce qui fait que quand on s'approche de ses croyances, il prend peur et vous entraîne loin du fond du débat.

Pour qu'une autorégulation des médias soit possible, ils doivent être partie prenante de la chose qu'ils traitent, afin que le monde des médias apparaisse lui-même constitué par ce qu'il réfléchit, et produise quelque chose comme la compréhension de ce qu'il montre. La régulation des médias doit se faire sous la forme même du débat. Pour cela, il faut à la fois que toute affirmation présuppose qu'on peut avoir une autre opinion et que les médias aient quelque chose à affirmer, car la neutralité des médias serait la manière la plus sûre de supprimer tout débat. Chaque affirmation doit donc admettre sa propre vulnérabilité, mais il faut dans le même temps une presse d'opinion qui pose un objet et essaie de nous en convaincre, par les moyens du débat, et pas par les moyens de la propagande.

Jean-Claude Sergeant, professeur émérite à l'Université de Paris 3, spécialiste de la Grande Bretagne, ancien directeur de la Maison de France à Oxford

En Grande Bretagne, il n'y a pas de loi concernant spécifiquement la presse. Il existe pourtant des lois réprimant la diffamation, protégeant la confidentialité, ou encore des articles sur la vie privée dans la loi sur les droits de l'homme de 1998 ou encore le *Contempt of Court Act* de 1981, qui fait que tout journaliste a le devoir de protéger ses sources.

Il n'existe pas de terme anglais correspondant à la déontologie. On parle de *codes of ethics*, ou de *code of practice*, ce qui en dit long sur le caractère pragmatique de ces codes. La réflexion sur ces codes a commencé avec la création du *Press Council* né en 1953. Il s'agissait à la fois de régler les conflits entre le lecteur et les rédactions et de préserver la liberté de la presse contre les manœuvres capitalistes. Cet organisme a existé jusqu'au début des années 1990 : remplissant mieux la seconde que la première mission. C'est pourquoi le Premier ministre de l'époque, John Major, confia à David Calcutt la responsabilité d'une commission de réflexion sur ce problème qui conclut qu'il fallait créer une forme de tribunal instituant une contrainte seule propre à assurer le respect de la qualité de l'information. Les éditeurs de presse s'insurgèrent avec force contre cette atteinte au principe d'autorégulation et leur puissance contraint rapidement le gouvernement à reculer : il fut décidé en 1991 de constituer à la place une *Press Complaints Commission* (PCC) qui revenait à une autorégulation améliorée. Mais le problème demeurait que le bon fonctionnement de cette commission dépendait de la participation des professionnels, que personne ne pouvait contraire.

L'Editors' Code of Practice

Le code de déontologie issu de cette commission (*Editors' Code of Practice*) figure pourtant dans les contrats de tous les journalistes engagés dans la presse britannique. Il s'agit plutôt d'un inventaire de pratiques potentiellement déviantes que d'affirmations de valeurs et chaque recommandation est pourtant assortie d'un certain nombre d'exceptions. La majorité des articles sont ainsi enrichis d'un astérisque qui prévoit qu'on puisse s'affranchir de ces règles pour aller jusqu'au bout d'une enquête portant sur des sujets sensibles. De même, le respect de la vie privée s'impose dès lors qu'une personne s'estime protégée de manière raisonnable. *Reasonable* renvoie au sens commun, et permet à l'appréciation du rédacteur en chef de décider s'il convient ou non de publier. Il y a aussi trois articles sur les enfants, ainsi que les reportages en milieu hospitalier en réaction à la publication de photos d'un acteur de série sur son lit d'hôpital. La défense de l'intérêt public fait partie des exceptions prévues par le code, ce qui laisse ouverte les interprétations et permet au journaliste du *Sun* d'affirmer que tout publier est un moyen de défendre la liberté d'expression et donc l'intérêt public.

L'affaire News of the World

L'affaire *News of the World* a commencé lorsque le chargé de la rubrique Royauté du *Sun* s'est introduit frauduleusement dans la messagerie des princes royaux. Parallèlement est apparue la pratique de la rémunération des informateurs de la presse populaire auprès des services de police. Ce qui a rendu ces pratiques brutalement inacceptables, c'est l'histoire de la petite Milly Dowler, dont on a pensé un moment, à tort, que *News of the World* avait réussi à accéder à sa messagerie après sa mort, donnant ainsi l'espoir aux parents que la fille était encore vivante puisque des messages avaient été supprimés. Le scandale a été aggravé par le fait que le rédacteur en chef du magazine, qui avait démissionné en 2007, avait été embauché directement par le futur Premier ministre David Cameron comme directeur de sa communication.

Une commission a donc été constituée qui a conclu qu'il fallait que l'autorégulation soit validée et contrôlée par la loi. On a trouvé pour cela un intermédiaire entre l'autorégulation et la loi, celui d'une charte royale. L'avantage de cette solution, c'est qu'il sera très difficile d'y toucher puisqu'il faudrait que les deux tiers du Parlement tombent d'accord pour qu'elle puisse être modifiée. La base du système demeure celle d'une instance d'autorégulation, mais celle-ci est soumise à la vigilance d'un petit comité de validation, dont les quatre membres ne pourront être ni journalistes, ni politiques. Il faut néanmoins, comme dans le système antérieur, que l'ensemble des éditeurs de presse adhèrent à ce système, qui est fondé à la fois sur l'incitation et sur la coercition. La charte royale devrait être édictée le 5 mai 2013, mais un certain nombre de groupes de presse ont d'ores et déjà refusé de jouer le jeu, et annoncé la constitution de leurs propres instances d'autorégulation. Les grands remèdes auxquels aspire le peuple britannique paraissent encore bien lointains.

Discussion

Plusieurs points sont ressortis de la discussion :

- Les conceptions du débat public en France et en Grande Bretagne sont d'une nature fondamentalement différente : cela résulte d'abord de pratiques d'éducatives différentes : les Britanniques valorisent le débat et l'expression d'une opinion propre tandis que les Français encouragent à mettre de côté ses opinions pour mieux restituer celle des autres. De même, le raisonnement français tend à utiliser les faits pour illustrer les théories, alors qu'on est encouragé au Royaume-Uni à partir des faits.
- Différentes études montrent que les lecteurs consultent la presse d'abord pour y lire les analyses – quand ce n'est pas pour y faire les mots croisés –, et délaissent l'exposé des faits dont ils prennent connaissance par d'autres canaux. La frontière entre le fait et son analyse est plus nette dans la presse britannique qu'en France, mais chacune tend à réduire la place accordée au fait.
- L'éditorial joue un rôle fondamental dans la construction du débat public : le plus souvent, il offre un passage en revue des différentes opinions en même temps qu'il définit la ligne éditoriale d'un organe de presse.
- La conversation demande du temps, ce qui est difficile à rendre compatible avec les exigences des nouveaux médias. C'est pourquoi l'initiative du *Monde* qui a réorganisé sa rédaction entre temps réel, temps 24 heures et temps long mérite l'intérêt.