

DOSSIER

Les médias en France

L'information sous influences ?



Dossier coordonné par Carole Condat et réalisé par Monique Abellard, Gérard Anthéaume, Guillaume Delmas, Clément Dirson, Catherine Gourbier, Vassília Margaria, Claudie Martens, Nicolas Morvan et Véronique Ponvert.

Multiplication du nombre de titres menacés, accélération des fusions, emprise croissante des grands groupes financiers, remise en cause du statut de l'AFP, réforme de l'audiovisuel public avec en particulier le retour de l'intrusion du politique : l'inquiétude est grande quant à l'avenir des médias dans notre pays.

Les évolutions mises en œuvre constituent pour certains de véritables menaces pesant sur la liberté de la presse et son pluralisme. L'enjeu est majeur car il ne s'agit pas simplement, sur ce sujet, d'une liberté individuelle mais d'un rouage essentiel de la démocratie. En rendant visible le monde, les situations oubliées, en assurant la circulation des opinions, leur confrontation, en permettant que se formulent de véritables controverses, en donnant la distance réflexive au lecteur, les médias ont contribué depuis au moins deux siècles à l'essor de

la démocratie. Serait-on aujourd'hui face à un mouvement inverse des médias contre la démocratie ? Les critiques récurrentes qu'ils suscitent mettent en avant leur vision unilatérale du monde, leur parti pris, leur priorité à l'émotivité. Dans ce contexte, l'apparition de nouvelles technologies en offrant aux citoyens la possibilité de concurrencer les journalistes dans la saisie et le traitement de l'information constitue-t-elle un progrès ou est-elle plutôt le signe du recul d'une information publique, soumise à des règles déontologiques, au profit d'enfermements égotistes ou d'emballements grégaires ?

Dans ce dossier, loin de vouloir trancher le débat, *L'US* propose simplement quelques éléments d'éclairage sur la fabrique de l'information, la protection des journalistes, les mobilisations et débats en cours, la médiatisation d'une action... Autant de sujets qui nous concernent tous. ■



L'info dans tous se

Rapport Giuzzi sur les médias et le numérique, réforme de l'audiovisuel public, États généraux de la presse, nomination du président de font l'actualité... Dans notre société de l'information et de la communication, ils sont traversés par une triple crise : économique, de l'information dans une société démocratique.

Concentration financière

En France, les médias sont en majorité intégrés aux groupes Lagardère, Bouygues et Dassault. Les trois plus grands groupes de presse appartiennent à Hachette, Dassault et Bouygues, dont certains dépendent directement de l'État pour leurs marchés (armement, bâtiment). Ils sont eux-mêmes liés entre eux. Lagardère a une position dominante dans le groupe Hachette-Filipacchi qui est propriétaire d'environ 47 magazines et quotidiens et le deuxième libraire de France à travers le réseau Relay et les magasins Virgin. La législation antitrust, qui interdit à un groupe de dépasser un seuil de 30 % de la diffusion totale de la presse quotidienne d'information générale et de posséder à la fois une télévision, une radio et un quotidien de diffusion nationale montre ses limites. Sur ce point les États généraux de la presse (voir encadré) n'ont marqué aucune avancée même si la volonté de Nicolas Sarkozy de faire sauter les verrous de la concentration n'a pas été suivie.

Le phénomène aboutit inévitablement à des conflits d'intérêts entre les actionnaires et les rédactions. Cela conduit-il pour autant à une très forte menace sur l'indépendance des médias ? Le pluralisme de l'information est bien sûr mis à mal. Mais le véritable danger de la concentration de la presse vient

de la tendance à considérer les médias comme une industrie comme une autre : elle doit obtenir des résultats financiers rapides alors que, depuis la Libération, la fonction civique et la responsabilité sociale des organes d'information étaient protégées. Les médias ont des besoins croissants liés aux mutations technologiques, ils affrontent une crise sans précédent (diminution des recettes publicitaires, diffusion en baisse) accentuée par la récession économique. Une décision comme la suppression de la publicité sur les chaînes publiques après 20 heures, entrée en vigueur le 1^{er} février 2009, s'est fait sans compensation financière. Pour beaucoup, cette décision n'est qu'un habillage pour aider les chaînes privées, et d'abord TF1 dont le chiffre d'affaires publicitaire est en chute libre. Quant aux États généraux de la presse, ils se sont réduits à une opération de sauvegarde temporaire en refusant d'aborder des questions comme celles de la fabrication et de la distribution.

Renforcement du pouvoir politique

Mise en œuvre au mépris des droits du Parlement, la réforme de l'audiovisuel public a consacré la toute puissance du président de la République. En s'accordant le droit de nommer le dirigeant de *France Télévision* (mais aussi de *Radio-France* et de l'audiovisuel extérieur), le pouvoir exécutif impose

sa volonté au pouvoir législatif et au contre-pouvoir médiatique. Et on ne s'attardera pas sur les multiples pressions que subissent certains journalistes et les critiques régulières de Frédéric Lefebvre, porte-parole de l'UMP qui s'en prend à l'AFP pour ne pas avoir relayé fidèlement tous ses communiqués de presse.

Crise de confiance, crise éthique

Les ventes de journaux sont en baisse régulière et l'audience du journal de 20 heures s'effrite. L'opinion publique se lasse de médias moutonniers, qui couvrent les mêmes sujets, fonctionnent à l'émotivité et à l'instantanéité, livrent les mêmes analyses et la même grille de lecture du monde (les 35 heures sont responsables du chômage de masse et le déficit de l'assurance maladie s'explique par l'attitude irresponsable de patients surconsommateurs...).

Le referendum sur la Constitution européenne a manifesté à l'extrême la fracture médiatique. Les rédactions ont préféré compiler les sondages plutôt que d'aller sonder la vie réelle. Elles se sont coupées des réalités sociales et économiques. Le fossé se creuse inexorablement entre le réel produit par les médias et la vie réelle des Français. Il faut reconnaître que les journalistes n'ont plus forcément les moyens de produire une



© Clément Martin

Le fossé se creuse inexorablement entre le réel produit par les médias et la vie réelle des Français.

Les sources de l'information

Presse quotidienne

Le taux de lecteurs de la presse quotidienne est de 73 % en Allemagne, 83 % en Suède, 40 % en France et en Espagne. La presse populaire présente en Suède, en Allemagne et au Royaume-Uni n'a pas réussi à s'implanter en Espagne et en France. La presse quotidienne régionale représente plus de 70 % de la presse quotidienne payante en Suède, Allemagne et France.

La part des gratuits est en hausse (14 % des quotidiens diffusés au Royaume-Uni) sauf en Allemagne : les éditeurs de presse quotidienne payante, en refusant d'imprimer les journaux gratuits ont fait obstacle à leur développement.

Source : la situation de la presse dans quatre pays européens, rapport de l'Inspection générale des finances (novembre 2008).

tion

s états

France Télévision par le chef de l'État, plan social à RFI, réforme envisagée de l'AFP : les médias politique et éthique. Ces crises cumulatives interrogent profondément la fabrique

information fiable et rigoureuse. La profession de journaliste est précarisée comme jamais avec des effectifs dans les rédactions qui diminuent et un travail d'enquête réduit à peau de chagrin. Le paroxysme est atteint dans la Holding d'Alain Weill (RMC, BFM, NextRadioTV, RMC Sport, La Tribune), qui s'est spécialisée dans l'information « low cost » : pas de bureau fixe, pas le temps de vérifier les sources. Les journalistes sont multitâches et payés au rabais. L'info devient un produit comme un autre et les journalistes rémunérés au nombre de signes.

Quelles perspectives ?

Le risque est d'aller vers une information à plusieurs vitesses : les gratuits et les médias spectacles pour la majorité de la population ;

une presse écrite de qualité mais chère pour une élite. L'usage croissant d'internet et des blogs, individualisant la consommation d'information, loin d'être une solution, risque de conduire chaque citoyen à se confectionner son média sur mesure en fonction de ce qu'il lui plaira de savoir ou de croire avec l'illusion que ce média sera démocratique car produit par tous.

L'enjeu est de rendre plus intelligible le monde qui nous entoure, de fournir une information qui soit un outil efficace pour éclairer l'opinion. Il faut pour cela préserver des médias pluralistes, des médias qui éclairent, qui mettent à distance les paillettes du divertissement et produisent une information de haut niveau au service de la démocratisation de l'espace public. ■



© Clément Martin

Il faut pour cela préserver des médias pluralistes, [...] qui mettent à distance les paillettes du divertissement [...]

États généraux de la presse écrite

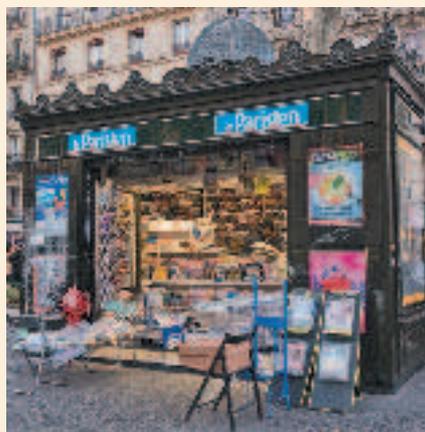
La presse écrite traverse une crise profonde, et les professionnels réclament un Grenelle depuis plus d'un an pour trouver des réponses aux problèmes que posent, entre autres, les coûts de fabrication et de distribution, la concurrence des nouveaux médias sur le Net - blogs, sites d'informations - et les déficits que cela engendre.

Le 2 octobre dernier, Sarkozy ouvre les États généraux de la presse écrite, et installe quatre commissions composées de patrons de médias, syndicats et autres « experts », qui seront chargées d'élaborer des propositions. Première déception, les journalistes ne sont pas conviés à participer aux travaux. Le public non plus n'est pas invité, les commissions se réunissent en secret, dans la plus grande opacité. Certains suspectent alors que ces États généraux ne soient le moyen de déréguler le système pour servir des patrons de presse amis : Bouygues, Lagardère, Bolloré...

Dans son discours d'ouverture, N. Sarkozy insiste sur le fait que la solution pour sortir la presse de la crise résiderait dans la « concentration ». Il marque ainsi sa volonté de rassembler les journaux dans des grands groupes, à l'image de celui que détient le grand patron de presse Rupert Murdoch. Il prétend que les journalistes seraient « plus forts économiquement, donc plus indépendants », orientation à l'encontre des lois anti-concentration votées au lendemain de la Guerre, qui visaient à défendre

la diversité. Quant à lier la force économique d'un groupe à la garantie de l'indépendance de sa presse, rien ne permet d'affirmer une telle assertion, bien au contraire.

Durant quatre mois, les commissions ont ainsi travaillé, essentiellement sur des questions d'industrie et d'économie de la presse, en laissant en retrait les problématiques liées à la déontologie et à l'indépendance... Les conclu-



© Thierry Nectoux

sions font l'objet d'un Livre vert qui avance 90 recommandations. N. Sarkozy reprend une partie de ces propositions et annonce, fin janvier, son plan de « sauvetage » de la presse : plan de soutien de l'État de 600 millions d'euros, report d'un an de l'augmentation des tarifs postaux, exonération des charges pour les marchands de journaux, ou encore création d'un statut d'éditeur de presse en ligne... Il revient, en outre, sur sa volonté initiale et retient l'idée du Livre vert de ne pas toucher à la législation anti-concentration.

Les conclusions rendues n'ont donc rien d'une révolution. Il n'empêche : N. Sarkozy, en commandant les États généraux, et en décidant des conclusions à donner, a tenté de bouleverser les équilibres. La presse, quatrième pouvoir, est censée surveiller les trois autres (exécutif, judiciaire, législatif) ; pourtant, cette fois-ci, c'est l'exécutif qui « surveille » la presse... On peut, en outre, regretter que ces États généraux n'aient pas abordé des questions essentielles : la qualité de l'information, l'indépendance et la liberté de la presse.

Quels médias utilisent les Français ?

Si, en 2006, un Français âgé de plus de treize ans avait recours aux médias 39 fois par jour, cette moyenne s'évalue en 2007 à 41,3 (+ 5,8%).

Au cours d'une journée, 90% regardent la TV, 82,5% écoutent la radio, 78,3% lisent la presse

écrite, 35,7% surfent sur Internet, 24,1% utilisent le téléphone fixe et 31% le téléphone mobile, 20,2% écoutent de la musique, 11,3% regardent des vidéos et 10,3% jouent aux jeux vidéo.

Les Français sont donc adeptes de la diversité

dans les médias, puisque près de 7 sur 10 (69,7%) pratiquent en moyenne sur une journée au moins trois activités médias.

Source : Les Français toujours plus accros aux différents médias ; Marketing Magazine N° 122 - 01/05/2008.

La fabrique de l'actualité

Du fait brut à l'événement médiatique

Comment un fait, un événement, est-il relayé et devient-il un événement médiatique ?

Si il existe des processus différents selon la nature de l'événement et le type de médias qui en font état, cette question un peu scolaire a le mérite de poser le problème, central dans une société de la communication, de la construction de l'information, c'est-à-dire les étapes et les méthodes qui conduisent d'un fait brut à une information médiatisée marquant l'actualité.

C'est une question qui intéresse chaque citoyen-ne mais aussi chaque militant-e dans la mesure où la compréhension des mécanismes de la médiatisation est la condition qui permet à la fois un regard critique sur l'expression médiatique d'une réalité mais aussi l'élaboration d'une politique de communication.

Le journalisme est par essence une médiation entre la réalité et un public. Les journalistes se placent donc dans une situation à la fois de récepteur et d'émetteur d'une information. À l'origine, se trouve un fait ou un événement, une sorte de réalité brute, d'information-source, dont les acteurs seuls ont conscience : un accident de la route, un remaniement ministériel, une action revendicative...

Dépêches et communiqués de presse

La médiatisation d'un événement débute le plus souvent par la publication d'une dépêche de presse. Les agences de presse jouent en effet un rôle particulier dans la construction de l'information. À l'échelle mondiale, l'AFP, Reuters et l'Associated press, créées dans la première moitié du XIX^e siècle, sont les agences de presse les plus importantes. Autre agence, à l'échelle française, l'AEF est spécialisée dans les domaines de l'éducation et de la formation.

Constituées de réseaux denses de correspondants organisés en services spécialisés et bureaux locaux, ces agences assurent le plus souvent la première mise en forme d'un événement en information sous la forme de dépêches publiées en temps réel. À titre d'exemple, l'AFP publie en moyenne 5000 dépêches par jour.

Les rédacteurs de ces dépêches travaillent à partir des communiqués de presse qu'ils reçoivent, des interviews et des reportages qu'ils effectuent, des contacts réguliers qu'ils entretiennent avec de nombreuses organisa-



© Clément Martin

tions, des représentants de corps intermédiaires, des acteurs sociaux.

Les dépêches se présentent comme une transcription, la plus neutre possible d'une réalité. Ces dépêches, disponibles par abonnement, constituent les principales sources d'information des journalistes, tous médias confondus. C'est en effet le plus souvent à partir de ce « fil des dépêches » que les organes de la presse quotidienne, écrite, radio ou télévisuelle, organisent l'essentiel de leur travail rédactionnel.

Conférence de rédaction

Chaque jour, autour du rédacteur en chef, les responsables des services se réunissent en conférence de rédaction afin de déterminer les sujets qui seront traités et l'angle qui sera privilégié pour chacun d'entre eux. En effet, faute de temps et de place, en raison d'une volonté d'adaptation à leur lectorat mais aussi en fonction du traitement choisi par leurs concurrents, les médias abordent rarement un événement dans sa globalité.

L'exemple récent de la couverture médiatique importante dont a bénéficié l'ouverture d'un site de devoirs payants est significatif. Alors que les priorités des enseignants sont, par exemple, la revalorisation et la formation, de nombreux médias ont fait le choix, poursuivant la logique de l'information-spectacle, de mettre en lumière cet événement sans

En raison d'une volonté d'adaptation à leur lectorat mais aussi en fonction du traitement choisi par leurs concurrents, les médias abordent rarement un événement dans sa globalité

l'inscrire dans les problématiques globales du système éducatif.

Cette étape de la conférence de rédaction est centrale dans le processus de construction de l'actualité. C'est en effet à ce moment-là, et selon des motivations différentes pour chaque média, que sont définis non seulement l'ensemble des informations qui seront présentées comme étant les faits marquants à un moment donné mais aussi leur angle de traitement.

Subjectivité et interprétation

Ainsi, à grand traits, un événement devient un fait d'actualité en passant par les filtres d'une médiation qui laisse une part nécessairement importante sinon de subjectivité du moins d'interprétation : transcription en dépêche, médiatisation éventuelle selon un choix rédactionnel et finalement accession au rang d'information d'actualité.

Pour une organisation – syndicale par exemple – une stratégie efficace et transparente de communication a pour objet la diffusion d'informations spécifiques dans le cadre d'un dialogue permanent avec les médias.

L'élaboration d'une telle stratégie repose sur la connaissance préalable du métier de journaliste, des mécanismes de médiatisation mais aussi des contraintes et des tensions qui pèsent aujourd'hui sur la presse. ■

Eduquer aux médias**Les adolescents et les médias**

Les adolescents européens déclarent à 94 % utiliser Internet. Le média qui pâtit le plus de cet usage est la TV (39 % des jeunes la regarderaient moins souvent). La lecture (livres, BD, etc.) est aussi en baisse pour 31 %.

Rapports officiels

• **Rapport de l'Inspection générale sur l'éducation aux médias (août 2007)**
À la fois remarquable état des lieux et catalogue de propositions constructives, ce rapport, non publié sur le site du ministère, est à découvrir sur le site du SNES : <http://www.snes.fr/spip.php?article13920>

Un collège à la Une

La médiatisation d'une action revendicatrice est une des conditions, sinon de sa réussite complète, du moins de son efficacité.

L'institution est de plus en plus sensible à cette médiatisation qui, dans une société de la communication, joue un rôle majeur pour donner à une réalité tout son poids. Trop souvent, les acteurs institutionnels (rectorats, inspections d'académie mais aussi élus locaux) attendent qu'une réalité soit médiatisée pour en prendre toute la mesure et envisager des réactions adaptées. Ainsi, de même qu'une action locale se construit en associant les acteurs (enseignants, parents d'élèves, élus locaux), elle gagne dans la communication avec la presse une visibilité et donc une force non négligeables. L'exemple récent de l'action menée au collège Paul Langevin à Drancy est à ce titre emblématique.

Un collège laissé à l'abandon ?

Classé ZEP et Prévention violence, l'établissement connaît depuis presque deux ans une nette dégradation des conditions de vie et de travail des élèves et des personnels : multiplication des « jeux dangereux », nombreuses intrusions, souvent violentes, dans l'établissement, violences entre élèves et contre les personnels. Le tout dans un contexte de réduction des moyens et de pénurie de personnels formés pour assurer l'encadrement et le suivi – y compris médico-social – des élèves en difficulté. À plusieurs reprises, les enseignants ont alerté en

vain l'inspection d'académie et le rectorat. En septembre, un CPE, déjà agressé auparavant, a été menacé de mort et son bureau dévasté. Mis en congé, il a, à sa demande, été muté en octobre, sans être remplacé. Reçue en audience au rectorat à la fin du mois de décembre, une délégation d'enseignants et de parents d'élèves s'est inquiétée de savoir ce qu'ils pourraient faire si un incident particulièrement grave survenait. Il leur a été répondu qu'ils n'auraient qu'à « appeler les pompiers »...

Action visible et médiatique

Pendant une semaine entière, du lundi 19 au vendredi 23 janvier, les parents d'élèves, soutenus par les enseignants ont donc organisé une opération « collège désert » : les parents étaient invités à ne pas envoyer leurs enfants au collège et des représentants des parents se sont relayés pour tenir un piquet de grève.

Dès le lundi, un article est publié dans l'édition locale du Parisien, prévenu par téléphone la veille, un communiqué de presse est envoyé. Mardi matin, une dépêche de l'AFP fait état du mouvement. À partir de ce moment-là, de très nombreux médias envoient des journalistes et diffusent des reportages sur l'action : *Radio France, RTL, RMC, Itélé, BFM, France 2, France 3, TF1, Le Parisien, L'Humanité, Le Figaro...* Le jeudi, un reportage est diffusé au journal de 13 heures de *France 2* et un autre au journal de 20 heures de *TF1*.

Ce succès médiatique à l'échelle nationale d'un mouvement très local tient sans doute

à trois éléments. D'une part, l'originalité de la démarche : ce que les médias ont vu, ce sont des usagers qui organisent le boycott d'un service public parce qu'il ne remplit pas ses obligations.

D'autre part, le thème très médiatique de la violence et des jeux dangereux du type « pont massacreur ».

Enfin, un effet « boule de neige » médiatique : parce que quelques médias parlent d'un fait, celui-ci devient d'actualité et puisqu'il est d'actualité, tous les médias doivent en parler.

Les médias au service de la mobilisation

Le vendredi, une réunion est organisée au collège avec tous les acteurs locaux : le député-maire, des représentants du Conseil général, de l'Inspection d'Académie et du rectorat, le commissaire de Police, la direction de l'établissement, les représentants des enseignants et des parents.

Des décisions sont prises : le poste d'infirmière vacant depuis dix-huit mois est pourvu immédiatement ; un assistant d'éducation à temps plein vient renforcer l'équipe de vie scolaire ; les travaux de sécurisation du collège sont effectués dans des délais records ; la semaine suivante, l'équipe de direction est partiellement renouvelée.

Après un aveuglement d'un an et demi, tous les dysfonctionnements ont été identifiés et mis à plat, ce qui a permis de sortir de la confrontation explosive entre enseignants et parents en donnant toute sa responsabilité à l'institution et à la structure.

Les parents d'élèves et les personnels du collège Langevin ont le sentiment que ces décisions sont le résultat direct de la médiatisation de leur action.

La mise en lumière d'une situation inadmissible a obligé l'institution et les pouvoirs publics – interrogés par les journalistes – à rendre publiquement des comptes sur leurs responsabilités et leurs actions. ■

Effet « boule de neige » médiatique : parce que quelques médias parlent d'un fait, celui-ci devient d'actualité, [...] tous les médias doivent en parler



© Clément Martin

• L'Impact des nouveaux médias sur la Jeunesse : rapport du sénateur Assouline (oct. 2008)

Il propose des mesures pour aider les jeunes à bien utiliser les nouveaux médias, où l'Éducation nationale, et tout particulièrement les professeurs documentalistes, devraient jouer un rôle central. <http://www.snes.fr/spip.php?article16183>

• Une étude sur l'éducation aux médias dans le second degré

Réalisée par La DEEP au cours de l'année 2006-2007 auprès de 2 000 enseignants de collège et de lycée, elle vise à mieux connaître les pratiques utilisées pour éduquer les élèves aux médias, notamment dans le cadre de la Semaine de la Presse. Note d'Information n° 08.31, nov. 2008.

• Le CIEM : un collectif interassociatif sur la question des jeunes et des médias

Il regroupe depuis 2001 une vingtaine d'associations familiales, d'éducation populaire, de parents d'élèves, de chercheurs sur les médias, de syndicats enseignants (dont le SNES). Ses actions, prises de positions et publications sur www.collectifciem.org

Entretien

SOS Agence France-Presse

Le rapport de Danièle Giazzi, députée UMP, sur les médias et le numérique publié en septembre dernier préconise la transformation de l'Agence France-Presse en SA (Société Anonyme). Le PDG de l'AFP, Pierre Louette, est chargé de proposer une modernisation du statut qui pourrait prendre la forme d'une ouverture à un actionnaire. Des propositions sont attendues pour la fin du mois de mars. L'intersyndicale de l'AFP (CGT, SNJ, FO, CFDT, Sud) dénonce une remise en cause de l'indépendance et de l'existence même de l'AFP. Elle a mis en ligne une pétition « SOS Agence France-Presse » qui a déjà recueilli plus de 13 400 signatures : <http://www.sos-afp.org>.

Questions croisées à deux journalistes de l'AFP, Jean-Louis Doublet, représentant du SNJ et David Sharp, représentant du syndicat CGT.

L'US : La pétition rappelle le statut unique et original de 1957 qui fait de l'AFP une entreprise ni publique, ni privée. N'est-il pas nécessaire de le réactualiser ?



Jean-Louis Doublet

Jean-Louis Doublet : Le statut de 1957 nous garantit la pérennité de notre financement et notre indépendance en nous assignant une mission très claire : fournir l'information la plus exacte, complète et objective. Ce statut ne nous dote pas d'un capital. Nos revenus sont constitués du produit de nos abonnements et du financement public. Nos premiers clients, ce sont les autres médias et, pour ce qui est de la France, les administrations. Il est évident que le fruit de nos abonnements ne nous permet pas de financer nos charges de plus en plus lourdes.

David Sharp : Certains points tout à fait secondaires de ce statut sont peut-être désuets, après tout il a été voté en 1957. Cela dit, il n'est nullement besoin de passer devant le Parlement pour régler ce genre de problème. Mais quelle que soit la composition du CA, ce qui est important c'est le respect de nos principes fondateurs. Le problème de fond est politique : la modification du statut de l'AFP passerait par une procédure parlementaire et nous n'aurions alors aucune garantie sur l'ampleur de ces réformes. Dans le contexte actuel, ce serait ouvrir la boîte de Pandore et permettre tout simplement de casser notre statut.

L'US : Vous avez cependant besoin de nouveaux financements pour vous moderniser...

J.-L. D. : C'est l'analyse du PDG. La révolution de l'internet, le développement de la photo, de la vidéo et du multimédia ont un coût. Nous avons en effet besoin de développer de nouveaux produits que nous n'avons pas les moyens de financer.

Il faut être réaliste, ces investissements ne sont pas une priorité pour l'État et sa réactivité est trop lente. Ce qui nous inquiète actuellement c'est la dérive des annonces depuis septembre dernier : on est passé d'une modification du statut à l'arrivée d'un actionnaire privé.

L'objet de la pétition est d'alerter sur le danger de privatisation de l'AFP dans un contexte médiatique inquiétant. Mais les questions de financement demeurent et il va bien falloir trouver des solutions. Trouver des financements extérieurs, c'est forcément changer le statut sauf si cet actionnaire n'avait aucun droit sur notre fonctionnement. Ça me paraît peu probable. L'idée d'une fondation avait été évoquée pour développer par exemple un produit multimédia ou gérer nos archives. C'est une possibilité à étudier.

D. S. : La nécessité de se moderniser : c'est l'argument avancé par ceux qui veulent transformer l'AFP en société anonyme. Précédemment, nous avons su négocier le tournant du multimédia sans changer notre statut. Nous pouvons aussi emprunter comme par le passé. Ce n'est donc pas crédible. Il y a aussi une contradiction majeure : on nous dit vouloir moderniser l'AFP mais dans les mêmes temps, la direction gèle les salaires, réduit les effectifs et parle d'un plan d'austérité. De plus les projets qui sont envisagés par la direction sont de développer le tout multimédia et de faire le pari de la disparition de la presse papier mais c'est un piège. À titre d'exemple, l'AFP a ouvert une filiale à San Francisco consacrée à la fabrication de produits innovants sur internet comme la création de jeux interactifs sur l'information. Le contenu et la fréquentation sont décevants et on voit mal comment un tel projet peut un jour être rentable. On ne gère pas une agence de presse en suivant les effets de mode. Nous devons garder notre vocation généraliste. Pour ce qui est de la création d'une fondation, c'est une solution importée du monde anglo-saxon, sur le modèle de la BBC ou du Guardian, mais elle n'est pas adaptée au contexte français. Je n'y crois pas. Et puis, le but d'une fondation est d'abord de permettre l'évasion fiscale.



David Sharp

D.F.

L'US : Vous considérez que votre indépendance journalistique est menacée ?

D. S. : Si un groupe important qui a des intérêts géostratégiques dans le transport ou les produits de luxe décide d'investir dans l'AFP, il est évident que le travail des journalistes va changer. Le statut de SA et nos obligations d'exactitude et d'objectivité ne sont pas conciliables.

J.-L. D. : Si nous ne garantissons plus à nos clients une information fiable et objective, c'est tout simplement la fin de l'AFP.

L'US : Quelles suites allez-vous donner à la pétition et à l'action ?

J.-L. D. : La direction joue la fausse transparence. Nous avons peu de visibilité et il est difficile de cerner les enjeux politiques qui se jouent autour de l'AFP. En interne, il y a ceux qui sont pour le statu quo et ceux qui sont prêts à réfléchir à des financements extérieurs avec bien sûr des garanties très fortes. La question est aussi de savoir jusqu'où on est prêt à ouvrir le débat sur le statut. Les personnels sont très attachés à notre organisation et nous refusons massivement la société anonyme. Mais nous sommes prêts à négocier sur d'autres options.

D. S. : La pétition a un impact fort dans toutes les catégories de la population. Nous avons aussi le soutien de nombreuses personnalités qui sont des autorités morales et intellectuelles. Chez les personnels de l'AFP, l'inquiétude est réelle et le calendrier peut s'accélérer à partir de fin mars. Notre but est d'organiser la mobilisation la plus large possible. ■

Protection des sources des journalistes

Un manteau troué

Le Sénat a adopté le 5 novembre dernier un projet de loi relatif à la protection du secret des sources des journalistes. Cette loi bénéficiera ensuite d'une deuxième lecture dans chacune des assemblées. Il s'agit d'insérer symboliquement ces mesures dans l'article 2 de la loi du 29 juillet 1881, immédiatement après l'article 1 sur la liberté de la presse.

Jurisprudence européenne

Le secret des sources en droit français est mal protégé, de même que le droit de perquisition, qui permet de fouiller la voiture du journaliste en cours de reportage : conséquence de la loi du 18 mars 2003. La jurisprudence européenne consacre la protection des sources sauf impératif prépondérant d'intérêt public (arrêt Goodwin contre Royaume-Uni, 27 mars 1996). Une série d'arrêts a traité des perquisitions dans leurs lieux de travail ou aux domiciles des journalistes et en a conclu qu'elles étaient disproportionnées avec le but recherché (arrêt Roemen contre Luxembourg, 25 février 2003 et Ernst contre Belgique, 15 juillet 2003).

La Belgique, parce qu'elle était condamnée, a adopté une loi très protectrice : les journa-

listes, convoqués comme témoins, peuvent se taire et sont protégés contre les saisies, les repérages téléphoniques, les poursuites pour recel de documents. Le secret des sources ne peut être forcé que pour prévenir des infractions constituant une menace grave pour l'intégrité physique d'une ou plusieurs personnes et seulement si le renseignement recherché est crucial et ne peut être obtenu d'aucune autre manière. Cette protection s'étend aux collaborateurs des journalistes.

Projet de loi

Le projet de loi français est différent : si le premier alinéa rappelle que « le secret des sources des journalistes est protégé afin de permettre l'information du public sur des questions d'intérêt général », le second prévoit qu'il ne peut être porté atteinte au secret des sources qu'à titre exceptionnel et lorsqu'un « impératif prépondérant d'intérêt public » le justifie. On le voit, les députés se sont calqués sur la jurisprudence européenne, alors que l'exécutif parlait « d'intérêt impérieux », notion éminemment floue.

Il en va tout autrement de l'amendement adopté par le Sénat : « Au cours d'une procédure pénale, il est tenu compte, pour apprécier la nécessité de l'atteinte [à la protection des sources], de la gravité du crime ou du délit, de l'importance de l'information recherchée pour la répression ou la prévention de cette infraction et le fait que les mesures d'investigation envisagées sont indispensables à la manifestation de la vérité ». Quand on sait que la protection des sources est importante dans des affaires graves et délicates, on voit dans cet ajout un rétro-pédalage en beauté. Alors que le droit belge privilégie la prévention d'atteintes physiques, le législateur français embrasse la prévention et la répression des crimes et délits, c'est-à-dire quasiment la totalité, hormis les contraventions, de la procédure pénale qui peut se terminer d'ailleurs par un non-lieu, une relaxe ou un acquittement. Il n'est fait référence qu'aux journalistes professionnels, leurs collaborateurs n'existent pas.

En débat

Au lieu d'harmoniser le droit français sur la législation européenne comme la Belgique en 2005, l'État français, sous un discours politiquement correct, entérine la possibilité de peser de tout son poids sur le travail des journalistes. Une seconde lecture est prévue dans chacune des deux assemblées, espérons que ce sera une lecture protectrice des droits des personnes et de la presse qui prévaudra. ■

Presse syndicale

150 éditeurs

170 publications

Vingt millions de lecteurs

La presse dite sociale rassemble les titres édités par des associations, des organismes mutualistes, des organisations coopératives, syndicales ou familiales. La presse sociale à laquelle appartient *L'Université Syndicaliste* participe à l'approfondissement des connaissances et du savoir. Plus singulièrement, en tant que vecteur privilégié des pratiques sociales dans leur diversité, elle contribue à la formation permanente des individus, à l'enrichissement de la pensée sociale et à la valorisation du savoir-faire né de l'expérience sociale. C'est une presse citoyenne, pour des lecteurs acteurs et pas seulement consommateurs. La presse sociale qui regroupe, à ce jour, près de 150 éditeurs, plus de 170 publications pour vingt millions de lecteurs a une finalité non lucrative, ce qui est une garantie supplémentaire de son indépendance. Cette presse, qui a toujours bénéficié des aides de l'État, via l'entreprise publique des services postaux, est aujourd'hui en grand danger du fait de la privatisation de ces derniers et des augmentations tarifaires⁽¹⁾ qui vont avec, rentabilité oblige...

1. En réponse aux multiples protestations, un moratoire État-Presses-Postes reportant ces augmentations devrait voir le jour. Il consisterait à compenser provisoirement les vingt-six millions d'euros de « manque à gagner » pour La Poste. Quant au futur manque à gagner pour la démocratie, il ne peut concerner que les esprits chagrins...



© Thierry Neodoux