

Reporters solidaires
sous la direction de Christine Cognat et Francis Vially

Les rubriques du journalisme

Décrypter, organiser et traiter l'actualité

Presses universitaires de Grenoble

en 1891, qui regroupe environ 200 membres et est ouverte depuis peu aux journalistes des pays de l'Union européenne.

► **L'exactitude et la vérification de l'information** font la crédibilité et la respectabilité du journaliste politique. La vie politique est nourrie de rumeurs et de faux en tous genres qu'il importe de prendre avec précaution et de traiter avec prudence.

➤ **Exemple**

L'affaire Clearstream, qui a mis en cause les plus hauts personnages de l'État français, a véritablement démarré en 2004 avec la publication, par le journaliste Denis Robert, d'une liste de comptes occultes qui s'est révélée, par la suite, être fausse.

C. La rubrique Politique en pratique

1. Les principes de base

► **Un journaliste politique a pour mission de respecter l'équité entre les différents partis et de se montrer impartial dans ses comptes rendus.** Dans tous les cas et quelle que soit l'orientation politique du média qui l'emploie, il doit adopter un ton mesuré.

► **Il a pour objectif de s'intéresser et de donner la parole à tous les responsables de mouvements politiques,** qu'ils soient dans la majorité, dans l'opposition ou en dehors des instances officielles. Il est tenu de respecter les propos entendus et de les rapporter sans les déformer. Mais il n'est ni un porte-parole ni une photocopieuse. Il ne doit faire la propagande d'aucun parti, quel qu'il soit, ce qui suppose qu'il garde toujours ses distances vis-à-vis de ce dernier.

► **Il doit particulièrement faire attention à éviter les propos diffamatoires.** Si un homme politique en accuse un autre, le journaliste qui décide d'en faire part a l'obligation de contacter celui qui est visé et de mentionner ses réactions. Si ce dernier ne veut pas répondre, il doit l'indiquer car ce refus ou cette dérobade constitue en elle-même une information.

Le journaliste est souvent pris en otage dans la guerre des chefs. Il arrive que les mots dépassent la pensée de celui qui les prononce. Peut-il être poursuivi pour diffamation s'il rapporte des propos injurieux ou mensongers émis par un homme politique à l'encontre d'un adversaire ?

Légalement oui, mais il ne peut non plus passer sous silence une telle attitude qui caractérise le personnage. Il doit donc rapporter ces propos en s'entourant des précautions nécessaires : les retranscrire de façon exacte, entre guillemets, en les attribuant clairement à leur auteur. Les enregistrer ou s'assurer qu'il y a des témoins fiables. Ne pas commenter ces propos mais les rééquilibrer en donnant la parole à la personne mise en cause ou à une autre qui saura la défendre.

► **Le journaliste politique n'est ni un policier ni un juge**, ainsi que le stipulent les chartes professionnelles. Même s'il soulève des faits délictueux, il ne peut se permettre de dénoncer leurs auteurs sans preuve. Il ne peut pas non plus les accuser, encore moins les condamner, tant qu'ils ne sont pas officiellement jugés. Il doit surtout éviter de prendre un ton moralisateur qui aboutit souvent à l'effet contraire et se retourne contre le donneur de leçons.

► **Il ne doit pas utiliser de moyens déloyaux** pour obtenir une information, comme enregistrer quelqu'un sans le prévenir ou exercer un chantage pour obliger un interlocuteur à répondre à ses questions, en le menaçant par exemple de le « descendre » dans ses colonnes s'il refuse de le faire. En revanche, il est parfaitement admis qu'un journaliste prêche le faux pour savoir le vrai et informe une personne de la parution prochaine d'éléments défavorables afin de l'inciter à parler.

2. Les sources d'information

► **Le communiqué de presse.** Un journaliste, quelle que soit sa spécialité, n'a pas à reproduire tel quel un communiqué sans en expliquer l'origine et le contexte. Cette solution de facilité non seulement donne une mauvaise image de sa profession mais nuit à la qualité de l'information qui doit être la plus complète possible. Vérifier le contenu de ce communiqué et mettre ce dernier en perspective représentent une plus-value journalistique.

► **Les discours.** Les médias n'ont pas vocation à reproduire in extenso les discours politiques, sauf exception notoire, comme le discours d'investiture d'un chef d'État. En revanche, il appartient au journaliste politique de décrypter ces discours, de classer et hiérarchiser les informations qu'ils contiennent et d'en restituer l'essentiel.

► **Les sources parallèles.** Le monde politique fourmille de rumeurs, d'accusations et de dénonciations. Dans ce cas, il convient de ne pas les rapporter telles

quelles et de remonter à la source de l'information en interrogeant ceux qui en sont les victimes, ceux qui en tireraient un éventuel bénéfice et qui ont donc intérêt à les créer ou les colporter. Certaines informations, comme la suspicion de conflit d'intérêt, de fausses factures ou d'emplois fictifs, pour ne citer que les plus connus, exigent de véritables enquêtes faisant appel à des « indicateurs » proches de la personne incriminée ainsi que des milieux policier et judiciaire.

► **Sortir du cadre institutionnel.** Le journaliste politique peut découvrir une information inédite en rencontrant et en donnant la parole à ceux qui n'ont pas l'habitude de s'exprimer : représentants de minorités, d'organisations professionnelles, d'associations de femmes ou des droits de l'homme, etc. Il peut être également intéressant d'interroger des personnes sans responsabilité politique mais qui en subissent les effets. Par exemple, que pense un agriculteur de l'Europe, un restaurateur des OGM, un électeur des sondages ?

3. Le cas particulier des médias d'opinion

Dans toute démocratie, il existe des journaux et des radios dits d'opinion – plus rarement des chaînes de télévision – qui affichent clairement leur couleur politique. Leur rôle est indispensable et leurs journalistes sont soumis aux mêmes règles de déontologie que leurs confrères.

Ils doivent faire preuve d'honnêteté et d'équité.

Ils doivent réserver la prise d'opinion à l'éditorial et au commentaire.

Ils peuvent soutenir un candidat ou un parti politique et critiquer ses adversaires tout en respectant leur vie privée et sans les dénigrer.

Ils doivent, comme pour toute information, démontrer pour convaincre.

On dit généralement qu'en France les journalistes sont « de gauche » et les médias « de droite » en raison de leurs liens avec les multinationales ou les groupes financiers. Le public reconnaît au premier coup d'œil les journaux dits « de droite » (*Le Figaro*, *Le Point*, la plupart des titres de la presse quotidienne régionale ou de la presse économique) comme ceux « de gauche » (*Le Monde*, *Libération*, *Le Canard Enchaîné*, *Le Nouvel Observateur*). Mais les apparences peuvent être trompeuses et il est parfois difficile de suivre la ligne éditoriale d'un média qui ne fait que son travail en critiquant à gauche comme à droite les personnalités les plus en vue. Un « bon » journaliste saura se montrer subtil

et fera d'autant mieux passer ses idées qu'il gardera un ton nuancé. Les journalistes de télévision ont acquis un véritable savoir-faire dans ce domaine car ils savent que toute question agressive est ressentie par les téléspectateurs comme une malveillance inacceptable et déclenche une avalanche de réactions indignées.

4. Varier les genres

On accuse souvent les journalistes politiques de faire leur miel des « petites phrases » : on n'y échappe pas et pourtant, elles ne font pas la gloire du journalisme politique. Contrairement à leur apparente spontanéité, elles sont souvent mûrement réfléchies et sont conçues par des communicants dans l'objectif d'être reprises et de faire le « *buzz* ». Leur côté volontairement superficiel fait diversion pour éviter d'approfondir des sujets embarrassants. Même s'il peut être amusant et instructif de réunir les bons mots dans un verbatim, il est préférable de s'en tenir aux propos qui ont un sens. Ce sont malheureusement les attaques personnelles qui remportent le plus de succès auprès des médias, car elles donnent lieu à des réponses et ainsi de suite...

En dehors des « petites phrases » et des joutes oratoires, il faut bien reconnaître que la rubrique politique n'est pas des plus faciles à traiter. Afin de capter l'attention du public, sans tomber dans le sensationnalisme, il importe de varier la présentation des articles.

► **Le compte rendu** a vocation à rapporter les événements et les manifestations de la manière la plus impartiale. Néanmoins, le journaliste peut et doit l'accompagner d'anecdotes, insérer des citations, décrire l'ambiance – par exemple, lors d'un meeting, en mentionnant le comportement des militants, l'efficacité ou l'absence du service d'ordre, les réactions des participants, etc.

► **Le reportage** est plus subjectif, puisqu'il est structuré selon l'angle choisi par le journaliste. Peu utilisé en politique, il permet pourtant de confronter le discours à la réalité de terrain. Trop souvent, les reportages ont pour sujet le déplacement d'un élu et tombent dans la facilité en se contentant d'interroger les personnes présentes alors qu'un bon reportage se prépare et prend prétexte par exemple de ce déplacement pour illustrer un aspect sensible ou significatif du thème abordé. Le journaliste doit le rendre vivant en décrivant ce qu'il a observé.

► **L'interview** d'un homme politique est un art difficile, davantage encore quand on se trouve face à un bon orateur, rompu à l'exercice médiatique et persuadé que son rang lui donne le droit de ne pas être interrompu. Le risque majeur pour le journaliste est d'être noyé sous un flot de paroles. Pour éviter ce piège, il faut déterminer à l'avance un angle lié à l'actualité, poser des questions courtes et pertinentes privilégiant des aspects concrets afin de sortir de l'idéologie. Cela exige une préparation importante. Le journaliste doit connaître non seulement le parcours de l'interviewé mais également la position de ses adversaires, ainsi que le contexte politique du moment. Il peut faire part du ou des thèmes qu'il souhaite aborder mais il ne doit, en aucun cas, poser ses questions d'avance, même si l'attaché de presse de la personne interviewée le demande avec insistance. Il peut faire valoir que cela nuirait à la spontanéité des propos et qu'il se réserve le droit de modifier ses questions. Il lui faut enfin trouver le ton juste, se montrer ni belliqueux ni complaisant. Les interviews télévisées des présidents de la République, parfaitement huilées, calibrées à la seconde près, donnent trop souvent l'impression de servir de faire-valoir et laissent le public sur sa faim.

► **Le portrait** est un genre très apprécié du public mais malheureusement un peu délaissé en politique. Il n'est pas facile à réaliser car il demande un travail approfondi et un talent particulier. Un portrait n'est pas une biographie. C'est à la fois un instantané et une histoire. Sa forme est le récit. L'auteur doit le préparer soigneusement, en se documentant sur la personne choisie, en l'interviewant longuement et en interrogeant son entourage. L'objectif est de faire découvrir un aspect méconnu, voire insolite, de cette personne, son enfance, ses goûts en matière de lecture, de musique ou de cuisine, ses lieux de vacances préférés, ses rêves, ses espoirs et ses déceptions. Le portrait d'une personnalité politique peut en réalité tout aborder... hormis les sujets politiques.

► **L'analyse** est indispensable en politique. Elle exige une grande réflexion, des connaissances et l'esprit de synthèse. Elle permet de prendre du recul, de mettre les faits en perspective, de manière impartiale. Le journaliste peut se faire aider par un expert, par exemple un politologue, un sociologue, un économiste, un spécialiste des pays arabes, etc. Leur intervention est devenue fréquente à la télévision lors de grands événements ou pour commenter une élection.

► **Le commentaire** traduit un coup de cœur ou un coup de gueule. Totalement subjectif, il propose une interprétation qui n'engage que le journaliste. En politique, il reflète généralement l'opinion du média qui le publie. Certaines émissions radio ou télévisées politiques invitent des chroniqueurs de bords différents – ou supposés tels – afin de recueillir des commentaires opposés ou complémentaires, reflets de la pluralité de la presse.

► **L'enquête** est un genre complet dont l'investigation ne constitue qu'une partie. Des enquêtes peuvent être menées dans tous les domaines, en particulier les plus sensibles : corruption, fraudes électorales, financement occulte des partis, etc. Une enquête doit répondre à une question principale qui détermine son angle mais elle peut combiner plusieurs genres différents traitant chacun d'un aspect de cette question : reportages, interviews, analyses, repères, etc. On dit alors que l'enquête se présente avec plusieurs entrées. Elle demande du temps, parfois des années comme pour l'affaire des frégates de Taïwan ou les rétrocommissions liées à l'attentat de Karachi, le temps que les magistrats enquêtent ou que les langues se délient... Elle mobilise parfois plusieurs journalistes de la rédaction, spécialisés en politique, en économie, en justice ou en société, qui possèdent leurs propres sources et comparent leurs informations. Elle occupe une place primordiale en politique et les journalistes qui « sortent » une bonne enquête sont assurés d'être repris par leurs confrères.

► **Les brèves**... doivent être vraiment brèves. Toute information peut être traitée sous la forme d'une brève. Dans la rubrique politique, elles enchantent les lecteurs lorsqu'elles prennent la forme d'échos, d'« indiscretions », de « potins », si possible drôles mais jamais méchants, obtenus auprès de sources confidentielles. Les brèves sont cependant soumises aux mêmes règles déontologiques de vérification de l'information. Elles ne doivent pas être diffamatoires.

D. Focus : la couverture des élections

1. Un rendez-vous à ne pas manquer

Les élections représentent un temps fort de l'histoire d'un pays. Il ne faut pas les délaisser ou les traiter avec légèreté sous prétexte que la population se détourne des urnes. Dans un régime démocratique, chaque élection a son importance, des présidentielles aux cantonales et il appartient au journaliste politique de le prouver en dénichant ce qui fera l'intérêt des plus modestes, au-delà du tapage médiatique que suscitent les plus prestigieuses.

Le journaliste politique n'a pas à inciter les gens à aller voter, mais il a pour devoir de montrer l'enjeu des élections :

- ▀ en informant le public sur les modalités du scrutin. Il convient d'expliquer la différence entre un scrutin majoritaire et un scrutin proportionnel ainsi que leurs conséquences. Il est utile de préciser qui vote, pour qui, où, quand et pourquoi (quelle fonction ou quels postes). Autant d'éléments qui répondent aux cinq W de la profession (*who, what, where, when, why*) ;
- ▀ en s'intéressant au cadre juridique des élections : le respect des quotas s'il y en a, les conditions d'éligibilité des candidats, le découpage électoral ;
- ▀ en vérifiant que tous les partis et candidats ont un accès équitable aux médias, publics et privés ;

En France, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a autorisé sur les chaînes de télévision et les radios pour l'organisation des campagnes électorales. Il veille à l'équité du temps de parole attribué aux candidats. Mais il existe quantité de moyens de détourner cette équité : ingérences du gouvernement, créneaux horaires favorables au parti au pouvoir, multiplication des reportages, commandés ou non, sur les activités des ministres... Les journalistes politiques ont pour mission de rétablir l'équilibre en réalisant des reportages sur les candidats moins bien lotis.

- ▀ en enquêtant sur les irrégularités électorales liées au manque de moyens ou à des problèmes techniques (on se souvient du recomptage des voix pour l'élection de G. W. Bush aux États-Unis) ainsi que sur les fraudes électorales commises de manière délibérées ;
- ▀ en expliquant les motifs des recours et le déroulement de la procédure en cas de contestation.

2. La couverture électorale en pratique

▀ **Le plan de couverture.** Les élections mobilisent souvent toute la rédaction. Il est indispensable de préparer un plan de couverture et de répartir les tâches entre tous : un journaliste peut être affecté à telle région, à tel thème ou à tel candidat. Tous les médias préparent des « pages spéciales », des « tribunes libres », des tables rondes, des « face-à-face », des débats avec le public ou des experts, sans oublier les reportages de terrain.

► **La préparation.** Il faut rassembler un maximum d'informations sur les partis et les candidats, dresser une liste des enjeux de la campagne et des problèmes importants. Il est nécessaire de mettre à jour son carnet d'adresses, de nouer des relations privilégiées avec le porte-parole de chaque parti ou l'attaché de presse de chaque candidat. Il importe de se renseigner sur les accréditations, de s'informer sur les dates des meetings et des manifestations diverses, de les annoncer.

► **La campagne.** Il ne faut pas se contenter de couvrir les manifestations des candidats. On peut illustrer leurs discours par des reportages sur les grands sujets de société et sur des thèmes de la vie quotidienne afin de les alerter sur ce que les populations attendent d'eux.

► **Les sondages.** Il faut les manier avec précaution. Les instituts renommés se fondent sur un échantillon «représentatif» de la population, comprenant un pourcentage de femmes et d'hommes de tous les âges et de toutes catégories socioprofessionnelles correspondant à la réalité du pays. Selon la nature du sondage, certains critères peuvent cependant être sélectionnés au détriment d'autres. Les réponses des sondages peuvent également varier, voire être faussées, en fonction de la manière dont sont posées les questions. Les sondages peuvent être commandés par un parti ou un lobby dans le but d'influencer les résultats d'un vote et peuvent être utilisés à des fins partisans. Les médias doivent donc préciser qui a réalisé le sondage, à quelle date, auprès de qui, qui l'a payé et, depuis la loi du 19 février 2002, publier à côté des réponses «le texte intégral des questions posées».

La loi du 19 juillet 1977 interdisait la publication, la diffusion et le commentaire, par quelque moyen que ce soit, de sondages d'opinion ayant un rapport direct ou indirect avec le scrutin, une semaine avant les élections et pendant le déroulement de celles-ci.

Suite à une décision de la Cour de cassation du 4 septembre 2001 estimant que cette disposition constituait une restriction à la liberté de recevoir et de communiquer des informations, ce délai a été ramené par la loi du 19 février 2002 à une interdiction de publier un sondage la veille de chaque tour de scrutin ainsi que le jour même. Cette interdiction concerne également le rappel de sondages déjà publiés. À noter que la Cour de cassation, dans cet attendu, jugeait des journaux ayant publié des sondages dans la semaine précédant

le scrutin, ce qui était donc illégal à cette époque, ou ayant simplement renvoyé leurs lecteurs à la publication de sondages sur des sites Internet étrangers.

► **Le scrutin.** Le jour du scrutin, la visite des bureaux de vote peut donner matière à des reportages, des papiers d'ambiance, des réactions. Cependant, il est interdit de faire des commentaires, d'annoncer des estimations, encore moins les résultats, d'une élection tant que les bureaux de vote sont ouverts.

➤ INTERNET HORS-LA-LOI

Les médias étrangers n'étant évidemment pas soumis à la loi française, rien ne les empêche de diffuser les estimations des élections avant la fermeture des bureaux de vote, ce dont certains ne se sont pas privés depuis plusieurs années. En 2012, l'interdit a été brisé pour la première fois en France par l'Agence France-Presse (AFP) sous le prétexte qu'elle devait « servir ses clients étrangers ». Saisi par la Commission des sondages, le Parquet de Paris a ouvert une enquête contre les sites belges de la *RTB* et du *Soir*, contre *La Tribune de Genève* ainsi qu'un blog hébergé en Nouvelle-Zélande et bien sûr l'AFP. Le seul fait qu'ils soient accessibles aux électeurs français suffirait à faire appliquer le droit français. Cependant, la justice ne pouvant poursuivre les utilisateurs de réseaux sociaux qui ont relayé l'information, parfois en langage codé comme sur Twitter, à l'exemple de « *Radio Londres* », Internet risque bien de signer la fin de la loi de 2002.

E. Témoignages

Jean-Jack Queyranne, président de la région Rhône-Alpes : « La France est malade de la centralisation dans les têtes et dans la presse ».

« L'intérêt pour la politique est très fort dans le monde de la presse, mais la France connaît une situation particulière par rapport à nos voisins européens dans la mesure où il existe une presse nationale regroupant les grands médias et une presse régionale insuffisamment développée. J'ai été ministre puis porte-parole du PS pendant huit ans et j'ai pu côtoyer les deux. Mon principe est d'abord qu'il faut respecter la liberté de la presse et éviter les interventions qui peuvent aller jusqu'à faire pression. Il s'agit pour moi d'une règle fondamentale, indispensable au débat démocratique, à condition bien sûr