

PHOTOS FACEBOOK : LIBRE ACCÈS NE SIGNIFIE PAS ACCORD POUR REPRODUCTION

Depuis plusieurs années, l'utilisation non autorisée de photos piochées sur Facebook se retrouve régulièrement au cœur des discussions du Conseil de déontologie journalistique (CDJ). Invariablement le Conseil rappelle que le droit à l'image (art. 24 du Code de déontologie journalistique) s'applique aussi à ces photographies. Invariablement il souligne aussi que la mise en ligne par une personne de sa photo sur un profil Facebook ne peut être considérée comme une autorisation tacite de reproduction. Cette remarque est fondamentale sur le plan déontologique. Considérer qu'il y aurait accord tacite de reproduction reviendrait à dire que la personne concernée aurait dans le même temps consenti à son identification. Dès lors que tel n'est pas le cas, comme l'indique le CDJ, et à défaut d'obtenir un consentement – tangible cette fois –, l'identification n'est journalistiquement acceptée que si l'identité de la personne a, au préalable, été communiquée par une autorité publique (dans un avis de recherche par exemple), ou si l'intérêt général le justifie. Autrement dit, quelles que soient les origines de la photo, les principes clés de l'identification dégagés par le CDJ en 2014 dans la directive sur l'identification des personnes physiques dans les médias restent d'application.

Cette directive est éclairante à bien des égards. Elle définit ainsi la notion d'intérêt général par la plus-value que l'identification apporte au traitement du sujet, et propose des critères pour la mesurer : gravité des faits, notoriété de la personne (par rapport au public visé par le média), implication d'une personnalité publique, volonté d'éviter toute confusion préjudiciable à des tiers, existence d'un danger pour la société ou importance du débat de société auquel l'information contribue. Elle rappelle également la prudence nécessaire et les interdictions légales en matière d'identification des mineurs¹...

La directive souligne aussi ce qu'il faut entendre par « identification » : des informations qui, seules ou par leur convergence, permettent à un public autre que l'entourage immédiat d'identifier directement ou indirectement mais sans doute possible un individu. Ce point est crucial notamment s'il y a floutage : le droit à l'image pourra ne pas être transgressé parce que la photo est floutée



et ne permet pas du tout de reconnaître la personne ou à l'inverse être enfreint parce que le floutage partiel laisse émerger une partie du visage qui s'avère d'autant plus reconnaissable qu'il présente des signes distinctifs ou qu'il est associé à d'autres informations diffusées dans le même temps comme un prénom, un âge, un lieu, une fonction...

Sans explorer la très riche et constante jurisprudence du CDJ accumulée depuis sur la question, on retiendra encore qu'une identification par le nom peut être jugée utile en même temps que celle par l'image est estimée sans plus-value pour l'intérêt général. Dans un avis de 2017 qui portait sur l'identification par le nom et l'image (Facebook) d'une personne décédée dans un accident de voiture, le CDJ a ainsi relevé que « si révéler l'identité de la victime était d'intérêt général dans le cadre d'un média de proximité, pour autant, la publication de sa photo sans l'accord de la famille n'apportait aucune plus-value à l'information rapportée : la personne décédée n'était pas une personnalité publique locale et le fait d'être victime d'un accident de voiture mortel ne lui conférerait pas ce statut ». Il a aussi noté dans ce cas que « l'usage de la photo de la victime était, dans les circonstances de l'accident, susceptible de heurter inutilement les proches de la victime décédée ».

Devenue généralisée en ces temps où les réseaux sociaux numériques redessinent la frontière entre espace privé et public et où les médias en ligne réclament plus encore qu'avant une information qui se donne autant à voir qu'à lire, la diffusion de telles photos réclame des journalistes et rédactions de se poser plus que jamais l'indispensable question de l'intérêt

général. D'autant plus si la situation est humainement sensible.

Muriel Hanot

1. Des principes précisés dans l'Avis interprétatif sur l'identification des mineurs d'âge du 20 juin 2018.

LIVRE

ÉRIC FOTTORINO : PLAIDOYER POUR LA PRESSE ÉCRITE

Dans un essai percutant, « La presse est un combat de rue », le cofondateur et directeur du 1, et de deux mook, America et Zadig, argumente avec force et conviction en faveur des journaux papier plutôt que numériques. Il en va, selon lui, de la sauvegarde de l'intelligence critique et de la démocratie.

« Si la presse écrite a perdu le combat du temps réel, elle peut gagner celui du temps long. » Fort de cette conviction, Éric Fottorino, directeur du Monde de 2007 à 2011, a lancé en avril 2014, avec son ancien adjoint, Laurent Greilsamer, un hebdomadaire qui, par sa forme et son contenu, ne ressemble à aucune autre. Centré sur un seul sujet par numéro, sans publicité, Le 1 est une feuille au format poster pliée en quatre et qui, dépliée au fur et à mesure de la lecture, décline ainsi la problématique choisie sous des aspects variés. Il s'agit d'un journal « pour l'ouverture d'esprit, pour le partage des savoirs et le mélange des points de vue, pour la poésie et pour les sciences dures, pour la littérature et l'économie, pour l'anthropologie, l'histoire, la philo, la psychologie... »

« Nous proposons une autre manière de faire vivre le journalisme au temps du numérique », écrit son cofondateur dans « La presse est un combat de rue », une passionnante et interpellante réflexion au titre à double sens puisqu'il plaide

LA CUISINE ÉPICÉE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Notre chronique de déonto inspirée de la jurisprudence de conseils de déontologie belges et étrangers. A retrouver chaque mois.

En écho au dossier de votre mensuel préféré de juin, le médiateur de Radio Canada a traité une plainte d'ordre déontologique contre deux journalistes suite à un échange entre eux sur leurs comptes Facebook privés. Plus que la décision finale – plainte rejetée – c'est le raisonnement qui intéresse. Le point de départ est anecdotique : ces deux journalistes évoquent en anglais leurs préférences culinaires. L'un écrit préférer les cuisines asiatique et nord-africaine à l'européenne parce que celle-ci manque d'épices. Et sa collègue réplique, reprenant une boutade connue en Orient : « Pourquoi les Blancs ont-ils colonisé la planète entière à la recherche d'épices s'ils n'allaient pas les utiliser ? » Pas de quoi fouetter un chat. Mais le diable peut résider dans les détails. Cette collègue, qui porte un nom à consonance arabe, reproduit en anglais la suite de la citation arabe d'origine

dont le dernier mot est *heathens*. Selon le plaignant, ce terme, habituellement traduit par *païen*, prend une connotation particulière « dans la culture islamique » où il signifie *infidèle, adhérent à une autre religion*. Or, ajoute-t-il, la journaliste a des notions d'arabe et ne pouvait pas ignorer cette signification péjorative et discriminante. « Faire référence aux préférences culinaires d'un groupe identifiable pour exprimer son mépris est une forme d'insulte bien connue » et constitue dès lors une faute déontologique de la part de journalistes même sur les réseaux sociaux.

LA PRISE DE PARTI SUR LES RÉSEAUX

D'emblée, le médiateur renvoie avec humour l'anecdote à sa juste place : « À l'évidence, la présence d'épices dans les mets européens n'est pas un sujet controversé qui fait l'objet d'un débat public. Puis, évoquer une boutade, à l'effet que les Blancs ont

colonisé la planète à la recherche d'épices qu'ils n'utilisent pas, ne constitue pas l'expression d'une opinion susceptible de nuire à la réputation de Radio-Canada. » Mais le vrai débat porte sur la prise de parti par des journalistes sur les réseaux sociaux.

CONFIANCE ET BON SENS

Les Normes et pratiques journalistiques internes à Radio-Canada évoquent l'expression par des journalistes identifiables à leur média ou à leur métier d'opinions personnelles dans des domaines qu'ils sont amenés à couvrir professionnellement, comme c'est le cas dans de nombreuses rédactions belges (*Journalistes* de juin 2020). Elles considèrent que cette expression « sur des sujets controversés ou d'ordre politique peut miner la crédibilité du journalisme (...) et éroder la confiance de notre public » et que l'impression de parti-pris dans les médias sociaux peut influencer les responsables éditoriaux « dans leur choix de qui peut couvrir certains sujets. »

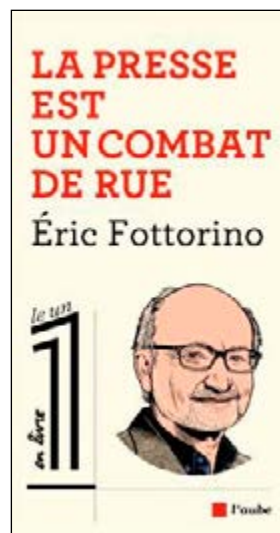
Le simple fait de répercuter peut aussi être problématique : le médiateur canadien rappelle que « lorsqu'ils partagent des contenus d'autres personnes, les journalistes de Radio-Canada doivent tenter d'éviter que leurs actions "aient l'air d'un appui" pour éviter de se "placer en situation de conflit d'intérêts réel ou potentiel". »

ET CHEZ NOUS ?

Chez nous, le CDJ a rendu en 2010 un avis général reconnaissant « une sphère d'expression privée » aux personnes exerçant une activité d'information. Le Code de déontologie (2013) précise que « Les journalistes respectent leur déontologie quel que soit le support, y compris dans l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux, sites personnels et blogs comme sources d'information et comme vecteurs de diffusion de l'information. » (art. 7) La frontière entre sphère privée et utilisation professionnelle est intraquable de manière univoque. La simple logique, la prise de distance inhérente au métier et le sens des responsabilités peuvent la pallier. Cela va peut-être sans dire mais mieux encore en le disant.

André Linard

<https://cbc.radio-canada.ca/fr/ombudsman/revisions/2020-06-09>



aussi pour la survie des kiosquiers et marchands de journaux. « La révolution numérique, constate-t-il, n'a pas seulement fusionné l'écrit avec l'écran, le son et l'image. Elle a bouleversé la manière de percevoir le réel comme s'il n'existait que sous forme virtuelle, dématérialisée, détachée du terrain... ».

Contrairement au Net, un « grand fourre-tout » nous incitant « à ne pas choisir », la presse écrite hiérarchise l'information, distingue entre celle qui mérite un titre en Une ou une brève, voire le silence. Elle possède ainsi une dimension qui lui confère sa singularité et son importance : l'intention. Soit « la capacité à donner

du sens à ce qui n'en a pas. » Par cette « recherche insatiable du sens », elle éveille la curiosité du lecteur et lui permet de « comprendre l'époque dans sa complexité, avec nuance et profondeur ». En ne traitant qu'un sujet par semaine, Le 1 lui apprend « quelque chose qu'il ne sait pas sur un sujet qu'il croit connaître ».

Pour donner corps à son propos, Éric Fottorino a rassemblé une trentaine de textes et interviews qui s'interrogent sur l'indépendance des médias, sur Facebook (« un kiosque à journaux d'un genre nouveau »), les rapports de Trump avec la presse, les fake news, la désinformation, la responsabilité des journalistes, etc. Si, avec environ 35 000 acheteurs par numéro du 1, auquel s'ajoutent des hors-séries (Soulage, Clemenceau, polar) et des ouvrages thématiques (Contre la solitude sociale de Daniel Cohen, Comment vivre mieux ? Réparer le climat), le pari est gagné, l'aventure reste néanmoins fragile.

Michel Paquot

La presse est un combat de rue, Éric Fottorino, L'aube, 2020, 243 pages.