

Conseil des programmes

**Rapport du Groupe de travail
du Conseil des programmes/du public RTSR**

Outil de travail qui a servi de base à un échange avec les directeurs et les rédacteurs en chef de l'Information à la Radio Suisse Romande (P. Nussbaum, P.-H. Choffat) et à la Télévision Suisse Romande (G. Pache, D. Monnat et B. Rappaz).

**Politique du service public
en matière d'information**

Table des matières

	<u>Page</u>
1. Mandat	2
2. Recommandations	3
3. Les acteurs en présence	4
3.1. Concurrence et défense d'intérêts	
3.2. L'exemple Murdoch	
3.3. Orchestration de campagnes de désinformation	
3.4. Radios et télévisions	
4. Les médias de service public	5
5. Les critiques se généralisent	6
6. Critiques suisses romandes	7
7. Nos observations	8
7.1. Relations interrégionales	
7.2. RSR	9
7.3. TSR	9
8. Conclusions	12
9. Annexes (extraits de quelques dispositions légales)	14
9.1. Constitution fédérale	
9.2. Loi fédérale sur la radio et la télévision	
9.3. Concession octroyée à SRG SSR idée suisse	
9.4. SRG SSR idée suisse Charte du programme	
9.5. Charte d'éthique de la TSR	

1. Mandat

« Les membres du Conseil des programmes RTSR ont, à plusieurs reprises, constaté une certaine tendance au divertissement dans l'information telle qu'elle était traitée par les médias de service public. Or, le service public se doit d'apporter une information de qualité et traitée de façon rigoureuse, ce qui n'exclut pas une présentation captivante et accessible : il ne doit pas s'agir, dans les émissions d'information, de divertir et "d'intéresser" le public, mais de l'informer. Afin d'examiner plus en détail cette question, qui se trouve au cœur de la mission de service public, le Conseil des programmes a créé un groupe de travail intitulé "Politique du service public en matière d'information". Ce groupe analysera dans un premier temps la manière dont la RSR et la TSR traitent l'information (téléjournaux, Infrarouge et émissions politiques et d'information pour la TSR ; flashes info, journal du matin, journal de 12h30, Forums et autres émissions d'information pour la RSR). Le groupe examinera quelles sont les lignes directrices des deux unités d'entreprise en matière d'information, puis, en s'appuyant sur ses analyses et les textes légaux existants, formulera des recommandations à la RSR et à la TSR. »

Tel est le mandat que le Conseil des programmes a confié, lors de sa séance du 15 octobre 2007 au groupe de travail formé de Matthieu Béguelin, Yann Gessler, Jean-François Straggiotti et de Jürg Gerber, rapporteur du groupe.

2. Recommandations

1. L'information diffusée par les émetteurs de service public **doit donner les moyens de se forger une opinion. Sans surenchère ni populisme**, ils doivent redevenir des médias de référence, savoir identifier les enjeux et prendre des distances avec les modes, les tendances, les controverses et les rivalités du moment.
2. Le souci premier des collaboratrices et des collaborateurs des médias romands de service public doit être de **revenir à l'esprit et à la lettre non seulement des prescriptions légales**, mais aussi et surtout à l'esprit et à la lettre **des textes qui définissent les règles de déontologie professionnelle ainsi que les chartes de programme et d'éthique**.
3. **A tous les niveaux, l'accroissement des connaissances et des compétences professionnelles sont à promouvoir** : culture générale, qualité d'écoute par une réserve attentive face à l'interlocuteur, meilleure connaissance des procédures de décision dans la vie publique, en politique et dans le monde économique.
4. **Le choix des thèmes doit mieux refléter**, non seulement les préoccupations du public, mais **les réalités sociales, politiques, économiques et culturelles de notre environnement proche et du monde** dans lequel nous vivons. Une réelle information de qualité ne peut être que formatrice. Abandonner le ton de familiarité et de fausse connivence est un besoin impérieux.
5. Tant la radio que la télévision romandes sont invitées à **porter une meilleure attention aux autres régions linguistiques de notre pays et en informer de manière plus régulière et plus circonstanciée le public romand**. C'est la cohésion nationale, la compréhension de nos Confédérés et voisins immédiats, auxquels d'ailleurs nous ressemblons tant, qui est en jeu.
6. **Maintenir, encourager et stimuler les émissions de qualité, réellement informatives, de la radio et de la télévision** telles que, par exemple, À bon entendeur, Mise au point, Passe-moi les jumelles à la télévision ou Atlas, Musique en mémoire, Les temps qui courent à la radio.
7. **Revoir la conception des journaux télévisés – principalement celui de 19.30 – et en faire réellement des jalons informatifs quotidiens de qualité** : une demande constante d'une grande majorité du public, contrairement aux affirmations répétées de collaborateurs de la TSR qui mettent faussement en parallèle leur mission d'information avec d'autres sources telles qu'internet, les journaux gratuits, etc.
8. **L'information culturelle des journaux télévisés – au 19.30 surtout – se résume presque à la promotion publicitaire des films à grand spectacle** qui sortent en Suisse romande : **déficience à corriger**.

3. Les acteurs médiatiques en présence

3.1. Concurrence et défense d'intérêts

En préambule, on peut observer que l'âge d'or des médias – considérés dans leur ensemble, c'est-à-dire tant la presse écrite que les médias électroniques tels que la radio, la télévision ou Internet – n'a jamais existé. En effet, ils ont toujours été en concurrence, en lutte pour leur survie, à la recherche d'un public ou d'une clientèle aussi importante que possible.

Le présent rapport concerne évidemment la RSR et la TSR, astreints à fournir un service d'utilité publique et dont l'activité n'a pas de but lucratif selon l'article 23 LRTV. Leur situation n'est pas facile, sachant qu'ils sont confrontés quotidiennement à un ensemble de concurrents formé de nombreuses et puissantes entreprises privées. La structure de ces dernières a évolué de manière particulière, puisqu'elles appartiennent maintenant en majorité à de grands groupes économiques médiatiques comme Murdoch, Ringier, Edipresse par exemple, ou à des conglomérats «extra-médiatiques» tels que Bouygues, Lagardère, Berlusconi, etc. Ces groupes fonctionnent de moins en moins comme « quatrième pilier de la démocratie », mais comme entreprises commerciales recherchant un profit maximal ou comme hérauts de visées économiques très ciblées dans la défense de leurs intérêts propres. Les médias régionaux, souvent dépourvus de moyens d'investigation, sont, eux aussi, victimes de désinformations habilement mises en scène qui peuvent se répandre et se généraliser.

3.2. L'exemple Murdoch

Arrêtons-nous un court instant sur l'exemple de Murdoch qui est caractéristique de la façon dont peut s'imposer un propriétaire de médias. En 1952, Rupert Murdoch reprend de son père la direction du déficitaire *Adelaide News* et redresse ses ventes en inaugurant une formule basée sur celle des gros titres à sensation, articulée autour de thèmes racoleurs : sexe, délinquance et sport. En 1969, il prend le contrôle de deux publications londoniennes, les *News of the World*, hebdomadaire dominical dont les articles à scandale s'adressent à un public populaire, et *The Sun*, en difficulté, qu'il transformera en journal aux titres aguicheurs et présentant de nombreuses photos. L'actualité internationale se réduit à une seule colonne et la primauté est donnée aux faits divers, aux jeux et aux divertissements. *The Sun* est également réputé pour sa « Page Three Girl » sur laquelle on peut découvrir, chaque jour, une demoiselle dévêtue. L'acquisition entre autres de la société audiovisuelle Fox News le fait entrer dans le marché de la télévision américaine. Les stratégies de sensationnel et de populisme poursuivies par les sociétés de Murdoch, devenues le plus grand groupe médiatique mondial, auront une influence déterminante sur les médias européens et français en particulier. Elles engagent les médias publics dans une course au sensationnel avec les privés et contribuent aussi à influencer défavorablement le contexte dans lequel évolue la TSR.

3.3. Orchestration de campagnes de désinformation

Par ailleurs, il est symptomatique d'observer que des médias au service de gouvernements ou de grands groupes financiers peuvent orchestrer ou soutenir des campagnes de démolition systématique et d'une violence extrême à l'égard de personnes ou d'organismes.

L'histoire récente est riche en exemples de telles campagnes médiatiques. Ne citons que l'effondrement du gouvernement démocratique chilien de Salvador Allende provoqué par l'aide en sous-main des États-Unis, la propagande mensongère contre l'Irak qui a permis l'approbation par une large majorité de la population américaine de l'invasion étasunienne, l'acharnement contre certains gouvernements sud-américains, comme le Venezuela, la

Bolivie, l'Équateur, élus et réélus démocratiquement, qui tentent de s'affranchir des propriétés latifundières, des grandes compagnies internationales, des États-Unis ou de libérer leurs pays de la tutelle d'institutions économiques et financières internationales étouffantes en créant leurs propres organismes telle que, par exemple, la Banque du Sud. Nous sommes aussi perméables à ces désinformations. Rappelons par exemple que le 3 mars 2003 déjà, sur La Première, à 12h52, le journaliste traitait les présidents vénézuéliens, boliviens et équatoriens de « populistes » et les informations qui suivaient étaient tout aussi tendancieuses dans les qualificatifs employés.

3.4. Radios et télévisions

Les médias électroniques sont un élément important de la problématique liée aux buts poursuivis par les grands groupes économiques et financiers internationaux. Les chaînes de radio et de télévision privées sont généralement financées par la seule publicité, donc étroitement dépendantes de l'audience recueillie. Leur tentation a donc été grande – elles y ont toutes succombé – de présenter des programmes baptisées sobrement « grand public », même si elles sont parfois tenues par des dispositions légales ou contractuelles, comme TF1, de respecter un cahier des charges en matière de diffusion et de production d'œuvres dont le contenu, la forme ou l'origine sont bien définies. Ces médias privés, eux aussi, diffusent souvent une vision unilatérale du monde, au service de leurs propriétaires respectifs et de leurs intérêts immédiats. L'exemple italien de Berlusconi est significatif à cet égard. La question qui se pose immédiatement est évidemment celle de la censure. Les médias privés affirment avec force qu'ils ne la pratiquent pas. Tous les observateurs avisés sont pourtant unanimes pour constater que les autocensures, largement pratiquées, évitent les conflits et les sanctions en leur sein ou avec des acteurs extérieurs.

4. Les médias de service public

Dans cette situation, il est compréhensible que les médias de service public soient soumis à des pressions parfois d'autant plus fortes que les tentatives de les influencer, diffusées avec habileté par les grands groupes nationaux ou internationaux, se mettent graduellement en place et deviennent les idées régnantes parmi tous ceux qui n'ont pas la volonté ou le temps et les moyens de les vérifier.

De ce qui précède, on peut donc constater que les médias de service public sont guettés par deux dérives bien distinctes, largement pratiquées par les médias privés, à savoir :

- le populisme, c'est-à-dire la recherche de la facilité et de la flatterie complaisante et immédiate de l'auditeur ou du spectateur,
- l'abandon machinal, crédule, par ignorance ou par manque de probité, sans examen critique, à des idées ou des explications diffusées par des organismes économiques, politiques ou autres, intéressés et vénaux (dans ce contexte, il serait extrêmement intéressant d'approfondir dans le détail les commentaires fournis par la TSR et la RSR sur la crise financière actuelle, donnés presque entièrement dans la perspective des concepts défendus par le *consensus de Washington* du début des années 1990 qui a favorisé un système financier et monétaire dont les inspirateurs extrêmes ont été, parmi d'autres, les économistes Friedrich von Hayek et Milton Friedman, sans tenter d'en analyser les profonds errements et d'informer en conséquence).

Même soumis aux lois et aux règlements, les médias de service public ne sont pas pour autant libérés de la tentation d'atteindre des audiences comparables aux privés en les imitant par la présentation de productions ou d'informations discutables.

Ce rapport devrait permettre de révéler certains manquements déjà présents, en vue de les abroger. Il se propose d'apporter des contributions constructives, sur la base des dispositions légales existantes, mais aussi sur la base des réalités de notre environnement social, politique, économique et culturel qui ne semblent pas toujours être connues ou évaluées à leur juste valeur par certains professionnels de nos médias de service public.

5. Les critiques se généralisent

L'observation attentive des avis qui s'expriment montre que les critiques se généralisent d'une façon alarmante. Il ne fait donc aucun doute que les responsables de nos radios, mais surtout de nos télévisions de service public doivent se montrer de plus en plus vigilants et de plus attentifs au produit qu'ils diffusent. Il en va non seulement de leur crédibilité, mais également de l'observation des dispositions légales, des règles de déontologie professionnelle de toutes les collaboratrices et de tous les collaborateurs, et il en va surtout du respect auquel le public a droit.

Jean-Marie Charon, sociologue des médias, chercheur au CNRS, s'exprime, dans son dernier ouvrage et dans la revue trimestrielle *Médias* No 16, sur les raisons du fossé qui se creuse entre médias et public. Il évoque en premier lieu le manque de fiabilité. Le statut de l'information a changé. Elle est de plus en plus considérée comme un bien public et un repère dans la vie quotidienne des gens. Que les journalistes se trompent sur des questions qui concernent notre avenir entraîne un sentiment de menace, de danger. La deuxième raison du discrédit est liée aux faits divers. Depuis quelques années, ils sont de plus en plus présents à la télévision, y compris sur les chaînes de service public. Le public ressent également la mise en scène de la violence comme une contagion. Autre source de mécontentement : la concurrence entre les médias avec ses corrélats de surenchère et de voyeurisme. Sans oublier l'image du journaliste répugnant à se remettre en question, incapable d'accepter une critique sur sa façon de travailler.

Sur la véritable fonction de sa chaîne, Patrick Le Lay, patron de TF1, s'exprime ainsi dans le livre *Les dirigeants face au changement*, Paris 2004 : « Le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola à vendre son produit. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible » (sic). On comprend que les diffuseurs de service public soient mis sous pression et subissent d'inquiétantes tentations.

D'ailleurs, Daniel Bougnoux, professeur émérite de théories de la communication à l'Institut de la Communication et des Médias (Université Stendhal – Grenoble 3) et auteur de nombreux ouvrages sur le sujet, reprend le mot de Patrick Le Lay dans une de ses prises de position. « La guerre, l'accident ou la catastrophe sont l'événement par excellence, ce qui apporte des images, de l'émotion, de l'excitation, donc une écoute maximum (...) On zoome sur les effets spectaculaires, on remonte plus rarement ou moins volontiers aux causes, qui demandent réflexion, et se révèlent plutôt complexes : or la recherche d'audience exclut a priori la complexité, ou ce qui se discerne mal, ce qui ne fait pas image. Je distinguerai, à partir de ces remarques de base, deux types de presse, pour ne pas mettre tous les médias dans le même sac : une presse à sensation, excitée, trépidante et soumise à une perpétuelle et assez vaine fuite en avant, et l'autre pôle d'une presse davantage tournée vers l'analyse, la réflexion et le long terme. (...) Les médias me révoltent quand ils (mal)traitent ou traînent dans la boue un sujet que je connais un peu – ou des sujets (des personnes) littéralement lynchés : la puissance de nuisance et de pollution médiatique est inquiétante, car nous savons collectivement très mal nous en défendre, étant nous-mêmes partie prenante ou partie prise, entraînés dans le jeu. La frivolité, la simplification médiatique, l'aveuglement, la veulerie ou l'autosatisfaction de certains responsables soulèvent le cœur. Décernons une mention particulière à Patrick Le Lay, président de TF1, pour sa déclaration historique faite en 2004 : Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible ».

Serge Moati, dans *Médias* No 16 : « D'une manière générale, les patrons de chaînes ne prennent plus le temps de laisser une émission s'imposer, de trouver son public et d'évoluer. Il faut faire de l'audience tout de suite (...) Si l'audience se transforme en procureur, alors c'est la catastrophe. Vous êtes uniquement dans le court terme. Et vous manquez d'efficacité, car les goûts changent rapidement, vous risquez d'être toujours à contretemps ».

Vendredi, 7 septembre 2007 à Bienne, Ignacio Ramonet rappelait qu' « actuellement, les médias nous trompent au lieu de nous éclairer. La guerre en Irak en est un exemple. Les médias relayaient, sans vérifier leurs sources, les deux mensonges pour lesquels l'Irak a été attaquée ».

6. Critiques suisses romandes

Lors du Forum des médias de l'Université de Neuchâtel du 16 novembre 2007, Roger de Weck regrettait qu'une nouvelle fascination médiatique ouvre la voie aux populistes : « La dramatisation à outrance du débat politique, la personnification des leaders leur convient parfaitement (...) Les médias s'adressent à des consommateurs non plus à des citoyens ».

Dans l'*Hebdo* No 41 du 11 octobre 2007, Pascal Couchepin exprime un avis partagé par nombre d'observateurs qualifiés et honnêtes de nos médias publics : « Permettez-moi de dire que la SSR se comporte de manière lamentable dans cette campagne électorale. S'il y avait un pilote dans cet avion, il (...) réfléchirait à la manière d'établir un dialogue avec les responsables politiques et avec la base. » A la question de savoir si la SSR avait contribué à faire le lit du populisme, il répond : « Je ne suis même pas sûr qu'elle soit consciente de ce qu'elle fait. Il y a longtemps que la SSR vit enfermée dans sa tour d'ivoire et qu'elle n'écoute plus aucun signal venant de l'extérieur ».

La prise de position de M. Couchepin dans l'*Hebdo* est très sévère. Elle peut être mise en parallèle avec l'avis exprimé par un responsable de l'information de la TSR, lors d'un débat public organisé par la SRT-NE au Club 44 à la Chaux-de-Fonds avant les élections nationales de 2003. Il y affirmait péremptoirement que les débats parlementaires étaient trop ennuyeux pour pouvoir intéresser des auditeurs ou des téléspectateurs. Par cette assertion, il confirmait donc son absence de volonté ou son incapacité de rendre intelligibles et accessibles les mécanismes qui constituent une des bases mêmes de notre système démocratique.

Lors de l'émission *Classe politique* du 17 décembre 2007, Mme Brunschwig-Graf insistait (sans espoir ?) auprès des journalistes : « ... si vous n'aidez pas à le faire percevoir... » et Dominique de Buman de préciser : « la presse prétend que la politique deviendra ennuyeuse ». En effet, lors du *Grand 8* du 14 décembre 2007, Fathi Derder regrettait, peut-être ironiquement, le départ de Christophe Blocher parce que son souhait d'une politique spectacle était clairement déçu. Le jour précédent, au *19h30*, Madame Mamarbachi se réjouissait que Christophe Blocher puisse « prendre sa revanche », car il en avait « la légitimité politique ».

A propos de *Forum* et d'autres émissions semblables, il paraît juste de s'efforcer, aussi souvent que possible, de mettre en présence des interlocuteurs dont les activités se situent sur de mêmes terrains, de telle manière qu'un débat réel puisse avoir lieu.

7. Nos observations

Il va sans dire que ce rapport a pour but de mettre en relief les aspects critiquables et les choix problématiques de nos médias romands de service public. Le Conseil des programmes reconnaît aussi l'immense travail qu'ils accomplissent. Nombre de leurs émissions font preuve de grandes qualités et témoignent des excellentes compétences de leurs auteurs, ce que les membres du Conseil relèvent très régulièrement lors de leurs séances.

7.1 Relations interrégionales

Pourtant, d'une manière générale, une observation attentive montre que tant la RSR que la TSR ne respectent pas pleinement l'esprit de l'article 24 LRTV qui enjoint la SSR de « promouvoir la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes parties du pays, les communautés linguistiques, les cultures et les groupes sociaux, et tenir compte des particularités du pays et des besoins des cantons ». Des informations significatives d'autres parties linguistiques du pays ne passent pratiquement jamais sur les ondes romandes. Mais on y cultive un travers typiquement francophone, qui consiste, par exemple, à déclarer « imprononçable » ou « barbare » un terme qui ne correspond pas à une sonorité facile ou provenant du français courant.

Le 12 avril 2008, un prix littéraire important a été décerné à Bienne. Distinguant alternativement un auteur d'expression française et allemande, assurant automatiquement la traduction de l'œuvre primée dans l'autre langue, le Prix Walser a distingué, cette année, un auteur lausannois de langue française et d'origine roumaine, Marius Daniel Popescu, publié par la célèbre maison d'édition parisienne José Corti. Ni la RSR, ni la TSR n'ont daigné donner sa juste place à cette importante manifestation, alors que précisément elle portait témoignage de la cohésion entre les différentes parties linguistiques du pays.

Les responsables des médias romands invoquent facilement la « différence de culture » en guise d'explication de différences hypothétiques entre Suisses alémaniques et Suisses romands ou de différences entre eux dans le traitement des informations ou dans la manière de communiquer. Il s'agit bien de la croyance rudimentaire que d'une langue particulière découlerait nécessairement une culture particulière. Une analyse et une observation attentives des différences montre que dans notre pays, ce n'est pas la culture, c'est-à-dire l'« ensemble des aspects intellectuels d'une civilisation », selon le Robert, qui diffère, mais quelques habitudes parfois très superficielles.

Il n'est probablement pas raisonnable d'exiger de tous les professionnels de la radio et de la télévision qu'ils soient bilingues ou trilingues. Mais il paraît justifié d'exiger d'eux qu'ils connaissent pour le moins les rudiments de la prononciation des langues les plus courantes telles que l'anglais, l'allemand, l'italien ou l'espagnol, même s'ils les tintent d'un fort accent français, ce dont personne ne leur tiendra rigueur. C'est une question de culture générale que l'on est en droit d'exiger d'un journaliste. Quelques exemples glanés au hasard montrent une réelle ignorance de ces prononciations. D'ailleurs, celles des lieux géographiques romands sont, elles aussi, souvent malmenées (combien de fois n'a-t-on pas entendu Délémont ?). Lors du 19.30 du 3 juillet 2006, le lieu-dit Seetal est prononcé à l'anglaise : sital. Le 17 février 2008, lors du journal télévisé de 19h30, à propos de l'initiative Franz Weber, il y a prononciation déficiente de Meiringen : Méringen, alors que les intervenants des micro-trottoirs articulent correctement, même si c'est avec un accent français ! Les noms propres de personnes subissent très souvent un sort analogue : Ouernère au lieu de Werner, ...

7.2. RSR

Le Conseil des programmes, très attentif à la transmission des informations par la radio romande, n'a que des remarques de détails formuler. Dans l'ensemble, la qualité des contenus et la forme des mises en ondes sont plus que satisfaisantes. Il est vrai que la RSR est moins soumise à la pression concurrentielle des autres médias que la télévision, si ce n'est à celle des radios locales, dont la vocation très spécifique n'est pas contestée. La pression réelle vient du milieu médiatique général qui tend vers la boulevardisation et le sensationnalisme, telles qu'ils sont dénoncés par tous les spécialistes. Le besoin de rechercher une certaine légèreté et un attrait de proximité se manifeste dans certaines émissions telles que le Grand 8 qui, selon ses responsables, cherche plus à divertir qu'à informer et se tient souvent en retrait par rapport au débat contradictoire et à l'information vérifiée. Le résultat en est donc très variable. Il peut aller, selon les qualifications et les compétences de ses participants, d'une médiocrité et d'une mauvaise foi affligeantes jusqu'à une qualité et une élévation digne de tous les éloges.

Des erreurs ponctuelles ne mettent généralement pas en question les bonnes connaissances, la bonne préparation et la volonté de sérieux des journalistes, même si les régions autres que les grands centres lémaniques sont encore trop souvent oubliées ou malmenées. Le danger qui guette la radio vient aussi d'une recherche facile de divertissement et de spectacle. Les comptes rendus des péripéties politiques de ces derniers mois ne méritent pas que des éloges. Parfois, une certaine négligence ou de la légèreté pourraient être évitées. Un seul exemple : l'information donnée le 9 juillet 2007 à 08h45 sur la 1ère au sujet de conseils que vient de publier le WWF : *Que faire lorsque l'on se trouve face à un ours ?* Ce thème est d'actualité. Neuf mois plus tard, un ours sera condamné à mort dans le canton des Grisons parce qu'il représentait un soi-disant danger pour la population. Les conseils du WWF ne suscitent que des plaisanteries ridicules et témoigne donc d'une attitude irresponsable du journaliste présent. Il semble ignorer que dix jours auparavant, dans les Carpates roumaines, une touriste américaine avait été blessée à mort par un ours. Il semble également ignorer qu'un comportement adéquat face à un ours peut sauver une vie humaine.

7.3. TSR

Nous l'avons déjà mentionné, la télévision est soumise à tous les dangers, à toutes les tentations et elle y succombe trop souvent. Un questionnement rapide auprès de jeunes universitaires montre que, contrairement à la radio, son attrait pour y exercer une activité professionnelle est extrêmement mince.

Le choix nécessairement restreint des quelques observations critiques qui suivent se veulent constructives. Elles souhaitent contribuer à une réflexion approfondie sur la politique de la TSR en ce qui concerne l'information, les qualifications et les méthodes de travail des professionnels qui en ont la charge.

Journaux télévisés

Parmi toutes les offres de la TSR, le 19.30 a été pour une grande partie de la population télévisuelle un rendez-vous journalier institutionnalisé et quasiment obligatoire.

Depuis un certain temps déjà, les journaux télévisés de la TSR et, en particulier, le 19.30, ont nettement perdu en qualité informative. Cette observation est corroborée par de très nombreuses remarques, critiques et réclamations d'auditrices et d'auditeurs qui parviennent très régulièrement aux SRT.

Qu'attend-on généralement du principal journal télévisé quotidien d'information ? Qu'en une demi-heure, il nous donne, avec éventuellement quelques commentaires, les principales nouvelles régionales, nationales et internationales du jour, de la semaine, du temps présent, dans les domaines les plus divers susceptibles d'intéresser, d'informer et d'instruire la

population (en vertu du mandat constitutionnel explicité dans les lois). Tout cela dans une forme intéressante, instructive et attrayante. Il n'y pas d'antinomie entre sérieux et agrément !

Pour remplir les objectifs élevés auxquels doit obéir une information de qualité, il va de soi que les responsables, les journalistes, les présentatrices et présentateurs des nouvelles doivent faire preuve de culture générale, de connaissances (des réalités politiques, sociales, économiques, culturelles, etc.) et de conscience professionnelle au-dessus de la moyenne.

Or, qu'observe-t-on ?

L'absence de rigueur des journaux télévisés est quotidienne. Nous ne pouvons que nous limiter ici à quelques évocations très fragmentaires. Ils montrent par exemple une complaisance coupable à l'égard des affaires criminelles et de mondanités futiles. Le crime d'Amstetten offre le prétexte de descriptions détaillées des horreurs commises par Josef Fritzl. Le 19.30 du 28 avril 2008 dépasse de plus de quatre minutes le compte rendu présenté par le téléjournal de SF1, la première chaîne alémanique. Le 30 avril 2008, le 19.30 consacre encore quatre minutes de compte rendu détaillé avec, à nouveau, un correspondant sur place. Il y a quelque mois, une affaire criminelle à Bruxelles a pu devenir le sujet important du 19.30 avec, là aussi, un compte rendu détaillé du correspondant sur place et de longs commentaires.

Concernant les mondanités futiles, nous ne reviendrons pas sur la comparaison entre les journaux télévisés suisses faite par l'ancien chancelier de la Confédération Achille Casanova le 9 septembre 2006, comparaison impitoyable pour la TSR dans la présentation de deux sujets principaux, d'incommensurable portée régionale, nationale et internationale : la méforme des huîtres du Bassin d'Arcachon, avec une longue intervention de distributeurs genevois et la découverte d'un complot de quelques délinquants belges marginaux - à la Tejero - avec enquête sur place du correspondant bruxellois ! Rappelons aussi les longues digressions sur les repas de luxe (langoustes, etc.) faites au 19.30 du 22 décembre 2006 ou la présentation complaisante des activités mondaines de Madame Nadine de Rothschild, le 30 avril 2008. Accessoirement, son livre fut le seul cité dans le Spécial Salon en fin de journal, lors de l'ouverture du Salon du livre.

Pourtant, le journal télévisé est capable d'établir, en quelques secondes, une relation informative, utile et intense avec un interviewé, même taxé de mondain. Un bon exemple est fourni par Darius Rochebin dans son interview du médecin et auteur à succès David Servan-Schreiber lors du 19.30 du 5 mai 2008. En peu de temps, Rochebin a permis au médecin de se révéler : ceux qui le prenaient pour un Grand-Maître-À-Penser autoritaire et intransigeant ont rencontré un homme chaleureux et plutôt réservé ; ceux qui voyaient en lui un Gourou à prétentions ésotériques ont rencontré un scientifique présentant des arguments parfaitement raisonnables et connus.

Parfois, le journal télévisé révèle l'ignorance et le manque d'information ou de culture générale des journalistes. Lors du 19.30 du 29 février 2008, aucune information annexe n'est donnée sur le procès de Nagra contre Murdoch (hackers des cartes à puces), l'évocation des cent ans de Balthus prend trois secondes alors que le téléjournal du même soir de la TV alémanique se déplace et fait un reportage à Château-d'Oex. A propos de l'évocation du Lac Baïkal, aucune allusion n'est faite à la profonde crise écologique des années septante causée par la fabrique de papier attenante. Mais Toni Brunner reçoit la belle mention de « un surdoué en politique ».

La mésinformation n'est pas absente du journal télévisé. Le 7 mars 2008, il présente un reportage dans un village du pays basque qui donne une idée partielle, fautive, inobjective et sans nuances sur l'impact réel des indépendantistes basques espagnols. Quelques jours plus tard, les résultats des élections confirmeront ce que les médias bien informés avaient prévu et que le reportage en question avait ignoré.

A titre d'exemple, voici, sous forme de mots-clés, l'ordre d'apparition des informations lors du 19.30 du 3 mars 2008. Cet ordre témoigne de l'importance et de la priorité que les responsables accordent aux rubriques du soir du 3 mars :

1. Le joueur de tennis Federer
2. Affaire criminelle de Schmiten
3. Controverse politique Widmer-Schlumpf
4. Petites nouvelles du parlement suisse (dont l'imprescriptibilité des crimes pédophiles)
5. Medvedev
6. Russie - Ukraine
7. Gaza
8. Clinton/Obama : Texas, Ohio
9. Suisses intéressés par les élections aux USA
10. Mauvais sondage de Sarkozy, interview de Ségala
11. Banque Julius Baer (info du Spiegel)
12. SSR Action sur les migrants
13. Allergies pollen
14. Football : qualification de l'Afrique du Sud
15. Exhumation du Padre Pio
16. Incident d'un Airbus

Ou encore le générique du 12.45 du dimanche 28 septembre 2008 :

1. Miss Suisse
2. Crise des subprimes
3. Fête des vendanges de Neuchâtel
4. Marche sportive

L'information télévisuelle du service public romand n'est pas exempte de lémanocentrisme : en date du 8 avril 2008, le journal télévisé de 12h45 livre une information assez détaillée sur le résultat 2007 et la clôture du bilan de l'Hospice général de Genève. Cette information uniquement technique est parfaitement inutile et n'a aucun intérêt, probablement même pas pour un Genevois moyen, car elle n'est aucunement mise en perspective. La fonction de cette institution n'y est pas définie, comme si la terre entière devait savoir ce que recouvre à Genève l'appellation « Hospice général ».

Infrarouge

Cette émission a fait l'objet de nombreux débats et d'analyses au Conseil des programmes. Elle continue de susciter des réserves fondamentales par les choix discutables de ses responsables : sacrifier à la mode frivole, exhibitionniste et excitée en traitant des thèmes d'actualité qui mériteraient certes des débats, mais conduits de manière professionnelle et tournés vers une analyse suscitant une progression dans la réflexion.

Sans rappeler les critiques fondées qui sont exprimées par une très grande majorité de Romands informés et lucides, nous ne faisons que remarquer qu'Infrarouge illustre parfaitement « l'image du journaliste répugnant à se remettre en question, incapable d'accepter une critique sur sa façon de travailler » selon Jean-Marie Charon. En effet, les responsables font preuve d'une surdité coupable en ce qui concerne le reproche qui leur est fait de ne pas respecter l'esprit de la loi et les règles déontologiques qui les régissent, de ne pas laisser les participants s'exprimer complètement, sans les interrompre, de se mettre en avant et de vouloir leur faire dire ce que eux, les journalistes, attendent.

Le 12 décembre 2007, Infrarouge continue d'appeler les heures qui ont précédé la non-réélection de Christophe Blocher la « Nuit des longs couteaux » et l'émission Mise au point du 16 décembre 2007 précise même que « jamais la Nuit des longs couteaux n'aura si bien porté son nom ». Faut-il rappeler que la Nuit des longs couteaux a été la première démonstration de la violence sanguinaire d'Adolf Hitler, c'est-à-dire une épuration sanglante effectuée au sein du parti nazi par le chancelier Hitler, le ministre de l'Intérieur Hermann

Göring, le chef des SS Heinrich Himmler et les généraux de l'armée dans la nuit du 30 juin au 1er juillet 1934 ? Ces règlements de compte internes ont coûté la vie au chef des SA Ernst Röhm et à environ 200 victimes dont l'ancien chancelier von Schleicher.

Le 12 février 2008, Infrarouge se consacre aux étrangers délinquants, un sujet qui illustre bien la recherche de sensations populistes poursuivie par cette émission. Le comportement et le florilège des interventions de Romaine Jean confirme en tout point cette volonté : « ...vous êtes pour / vous êtes contre ? ».

« Attendez », elle n'écoute pas et interrompt le professeur d'université invité : « Monsieur Baettig va vous répondre ».

Question hautement éclairante pour faire avancer le débat : « Vous êtes dans quel camp ? ». Plus tard cette remarque : « ...donc vous les excusez ». Réponse de l'interrogé : « Je n'excuse pas, j'explique ».

ABE

Il y a des émissions qui, à juste titre, sont considérées comme hautement informatives et, généralement, d'une qualité évidente. ABE en fait encore partie, même si l'émission a un peu perdu de sa pugnacité. L'émission du 9 octobre 2007 a constitué une entorse rare au niveau élevé de ABE. Il s'agissait, ce soir-là, de montrer que les produits laitiers ne constituaient pas une panacée absolue et universelle, ce qui n'est contesté par personne. Mais les interventions et les affirmations maladroites, peu claires, ambiguës et péremptoires, tant de l'animatrice que de l'expert médical, ainsi que la mise en accusation implicite des producteurs ont probablement troublé une partie du public, ce qui a entraîné des protestations compréhensibles des milieux professionnels concernés et une réplique des responsables qui illustre, une fois de plus, « l'image du journaliste répugnant à se remettre en question, incapable d'accepter une critique sur sa façon de travailler ». Car il ne fait aucun doute que cette émission était mal préparée, même si elle ne comportait pas d'erreurs factuelles. Nombre d'informations ont été mal données, voire oubliées ou peut-être inconnues. Un seul exemple : des produits laitiers riches en acides gras polyinsaturés de la série oméga-3 existent. Ils se trouvent en particulier dans les régions alpines et sont à l'origine de ce que certains spécialistes ont appelé le « paradoxe de Gstaad » : leur consommation en quantités relativement importantes protège, contre toute attente, les habitants de ces régions d'accidents cardio-vasculaires. La TSR pratique-t-elle une sélection des émissions critiquées et critiquables ? ABE du 9 octobre 2007 sur la consommation de lait n'est pas disponible en podcast.

8. Conclusions

Les exemples cités dans ce rapport n'ont aucune prétention de représentativité fondée scientifiquement. Ce sont des choix pris sur des observations glanées et notées au cours des mois et des années passées. Ils ne représentent en aucune manière une quelconque exhaustivité. Nos conclusions reposent en premier lieu sur la pratique quotidienne des médias romands de service public, sur l'intérêt général que nous portons à la vie et à la vie publique, mais aussi aux expériences acquises durant de nombreuses années dans des organismes publics tels que parlements communaux, cantonaux, commissions parlementaires diverses et autres activités publiques, économiques ou associatives.

Il faut le rappeler une fois encore : les médias de service public ont une tâche difficile que très souvent ils remplissent au mieux. Mais, soumis à des influences diverses et dans un souci légitime de fidéliser des auditoires, ils succombent également à certaines facilités qui

sont en contradiction souvent flagrante avec le texte et l'esprit des lois, des concessions et des chartes qui les régissent. La mention assez complète des textes relatifs à ces exigences dans le présent travail a pour but d'éclairer son propos, sans qu'il y soit fait référence précise à chaque fois.

Le Conseil des programmes est parfaitement conscient des difficultés du service public. Il n'ignore pas qu'en Suisse romande, le voisinage de la France est souvent très handicapant. Dans le contexte de l'éventuelle suppression de la publicité dans les chaînes publiques françaises, Hervé Bourges, président du CSA n'a pas mâché ses mots, dans le Journal de Vingt Heures de France 2, le 13 février 2008 : « Je peux vous dire que c'est le privé qui l'emporte toujours, nous sommes dans une société libérale, dans la mondialisation ». De telles déclarations ne constituent pas une raison pour nos médias romands de baisser les bras et de se conformer au fatalisme ambiant, cela d'autant moins qu'ils ne sont tout de même pas menacés par de grandes chaînes privées suisses. Au contraire, ils se doivent de mener une réflexion approfondie sur leur politique en matière d'information, sur les moyens et les méthodes qu'elles comptent appliquer pour satisfaire leurs mandataires et leur public sur le long terme. Comme le suggère le titre du Séminaire des organes de la SSR du 26 septembre 2008 « Définition et contrôle de la qualité du programme », ils se doivent également de mettre sur pied des organes internes efficaces et dotés de réels pouvoirs pour assurer un contrôle sur l'observation des prescriptions et des critères généraux de qualité.

Si le public réalise concrètement la volonté des producteurs et des présentateurs de l'intéresser, même de le distraire et de le passionner, tout en le faisant réfléchir, en le faisant progresser et en l'aidant à mieux comprendre, il ne fait aucun doute que les professionnels sortiront gagnants sur la durée et fidéliseront leur public, car il est tout aussi avéré que de se limiter au sensationnel, fausser, dramatiser, biaiser l'information, trouver et désigner à tout prix des victimes, des gagnants et des perdants ne peut satisfaire et conduit au zapping permanent.

Le Conseil des programmes est parfaitement conscient que ce changement de philosophie suppose une réflexion approfondie, et surtout, qu'elle exige des collaboratrices et des collaborateurs compétents et de qualité. Il demande de mener à bien un changement de paradigme, de passer d'un modèle d'amusement futile et superficiel à un modèle de recherche d'attention intéressée, curieuse, susceptible de conquérir le public parce que génératrice d'avantages concrets et de progrès personnel.

« Progrès personnel » signifie évolution, découverte, acquisition de nouvelles connaissances. Une politique d'information responsable doit donc aussi se soucier de contribuer à la formation du public, donc pour le moins à susciter la réflexion. Ce n'est pas qu'un devoir moral et déontologique de tout journaliste, c'est une prescription de la Constitution fédérale (article 93). Et la charte d'éthique de la TSR explicite admirablement le cheminement conduisant cet engagement qui est probablement le plus noble et le plus élevé du métier de journaliste.

Lors du Séminaire des organes de la SSR du 26 septembre 2008 à Berne, J. Trappel de l'Université de Zurich est allé très loin en affirmant que « la qualité des services publics décide de la qualité de la démocratie ». Faut-il préciser que dans ce cas, l'écoute quotidienne des téléjournaux de la TSR n'augure rien de bon pour l'avenir de la démocratie en Suisse romande ? Il suffirait d'évoquer le choix des sujets, la complaisance à relever des luttes de personnes, des dénigrement, des anecdotes, mais aussi l'absence de prise de distance par rapport à des controverses politiques créées artificiellement pour jeter le trouble (les exemples de ces dernières semaines concernant certaines conseillères fédérales et certains conseillers fédéraux ne manquent pas). Il est extrêmement grave que nos médias de service public se fassent trop souvent les porte-voix complaisants de troubles sans vergogne.

9. Annexes (Extraits de quelques dispositions légales)

9.1. Constitution fédérale

Art. 93 Radio et télévision

1 La législation sur la radio et la télévision ainsi que sur les autres formes de diffusion de productions et d'informations ressortissant aux télécommunications publiques relève de la compétence de la Confédération.

2 La radio et la télévision contribuent à la formation et au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement. Elles prennent en considération les particularités du pays et les besoins des cantons. Elles présentent les événements de manière fidèle et reflètent équitablement la diversité des opinions.

3 L'indépendance de la radio et de la télévision ainsi que l'autonomie dans la conception des programmes sont garanties.

4 La situation et le rôle des autres médias, en particulier de la presse, doivent être pris en considération.

5 Les plaintes relatives aux programmes peuvent être soumises à une autorité indépendante.

9.2. Loi fédérale sur la radio et la télévision

Section 2 Principes applicables au contenu des programmes

Art. 4 Exigences minimales quant au contenu des programmes

1 Toute émission doit respecter les droits fondamentaux. Elle doit en particulier respecter la dignité humaine, ne pas être discriminatoire, ne pas contribuer à la haine raciale, ne pas porter atteinte à la moralité publique et ne pas faire l'apologie de la violence ni la banaliser.

2 Les émissions rédactionnelles ayant un contenu informatif doivent présenter les événements de manière fidèle et permettre au public de se faire sa propre opinion. Les vues personnelles et les commentaires doivent être identifiables comme tels.

3 Les émissions ne doivent pas nuire à la sûreté intérieure ou extérieure de la Confédération ou des cantons ni à leur ordre constitutionnel, ni violer les obligations contractées par la Suisse en vertu du droit international.

4 Les programmes des concessionnaires doivent refléter équitablement, dans l'ensemble de leurs émissions rédactionnelles, la diversité des événements et des opinions. Si une zone de desserte est couverte par un nombre suffisant de diffuseurs, l'autorité concédante peut exempter un ou plusieurs concessionnaires de l'obligation de diversité.

Art. 5 Émissions préjudiciables aux mineurs

Les diffuseurs veillent à ce que les mineurs ne soient pas exposés à des émissions susceptibles de porter préjudice à leur épanouissement physique, psychique, moral ou social, en fixant l'horaire de diffusion de manière adéquate ou en prenant d'autres mesures.

Art. 6 Indépendance et autonomie

1 Les diffuseurs ne sont soumis à aucune directive des autorités fédérales, cantonales ou communales si le droit fédéral n'en dispose pas autrement.

2 Ils conçoivent librement leurs programmes et en choisissent notamment les thèmes, le contenu et la présentation; ils en sont responsables.

3 Nul ne peut exiger d'un diffuseur la diffusion de productions ou d'informations déterminées.

9.3. Concession octroyée à SRG SSR idée suisse

Section 1: Généralités

Art. 1 Concessionnaire et objet de la concession

La SSR diffuse des programmes de radio et de télévision conformément aux dispositions de la LRTV, de l'ORTV et de la présente concession et fournit des prestations supplémentaires dans d'autres services journalistiques.

Art. 2 Mandat en matière de programmes

1 La SSR remplit son mandat en matière de programmes principalement grâce à l'ensemble de ses programmes de radio et de télévision; ses prestations en matière de programmes sont de même valeur dans toutes les langues officielles.

2 Dans ses programmes, elle promeut la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes régions du pays, les communautés linguistiques, les cultures, les religions et les groupes sociaux. Elle favorise l'intégration des étrangers en Suisse, encourage les contacts entre la Suisse et les Suisses de l'étranger, promeut le rayonnement de la Suisse à l'étranger et y favorise la compréhension pour ses intérêts. Elle tient compte des particularités du pays et des besoins des cantons.

3 Tout en restant dans le cadre programmatique et financier qui lui est imposé, la SSR tient compte des demandes et des intérêts du public.

4 La SSR contribue:

a) à la libre formation de l'opinion en présentant une information complète, diversifiée et fidèle, en particulier sur les réalités politiques, économiques et sociales;

b) au développement de la culture et au renforcement des valeurs culturelles du pays ainsi qu'à la promotion de la création culturelle suisse, en tenant particulièrement compte de la production littéraire, musicale et cinématographique suisse, notamment en diffusant des émissions émanant de producteurs suisses indépendants et des émissions produites par elle;

c) à la formation du public, notamment grâce à la diffusion régulière d'émissions éducatives;

d) au divertissement.

5 Dans les émissions d'information susceptibles d'intéresser un public au-delà de la région linguistique et hors des frontières nationales, la langue standard est en règle générale utilisée.

6 La SSR fournit ses prestations en garantissant notamment:

a) une part importante de propres productions diversifiées et innovantes, qui contribuent à renforcer l'identité suisse;

b) une étroite collaboration avec la branche suisse du cinéma;

c) une part appropriée du marché à l'industrie audiovisuelle suisse indépendante;

d) la diffusion d'œuvres suisses et européennes de producteurs indépendants;

e) une étroite collaboration avec la branche suisse de la musique;

f) une prise en compte adéquate de la littérature suisse et des événements littéraires;

g) une part appropriée à des émissions destinées aux personnes malentendantes ou malvoyantes.

Art. 3 Qualité des programmes

1 La création des programmes de la SSR doit satisfaire à des exigences qualitatives et éthiques très élevées. Les divers domaines de programme respectent le mandat programmatique de la SSR. Ils se distinguent par leur crédibilité, leur sens des responsabilités, leur pertinence et leur professionnalisme journalistique. La SSR garantit la singularité de ses programmes et se démarque ainsi clairement des diffuseurs commerciaux.

2 La SSR s'emploie à bénéficier d'une large acceptation auprès des divers publics cibles. Elle ne mesure pas cette acceptation en premier lieu d'après les parts de marché.

3 Afin d'assurer la mise en œuvre des exigences fixées aux al. 1 et 2, elle définit des normes de qualité régissant le contenu et la forme des programmes. Elle publie ces normes, procède régulièrement à des contrôles internes de qualité et informe le public de leurs résultats.

9.4. SRG SSR idée suisse Charte du programme

24 février 2006

Préambule

SRG SSR idée suisse place la qualité des programmes au centre de ses objectifs. Elle se définit comme une entreprise ouverte et créative, au service du public. Grâce à ses programmes, elle contribue à la formation de l'opinion et de l'identité culturelle du pays.

SRG SSR assume son mandat de manière libre et indépendante et l'exerce dans le cadre du droit et de l'éthique. Elle respecte les différentes sensibilités du pays.

Dans une Suisse en mutation, SRG SSR se veut un espace de débat et d'échanges, libre et ouvert sur le monde.

SRG SSR affirme donc son rôle d'entreprise responsable et citoyenne.

SRG SSR s'engage avec ses programmes à favoriser la cohésion nationale, notamment en portant attention à l'ensemble de la Suisse et à tout ce qui permet de favoriser la compréhension entre les communautés linguistiques du pays.

SRG SSR s'affirme comme une entreprise créative et innovante et l'exprime dans son offre de programme. La créativité doit inspirer tous les secteurs de l'entreprise, elle est une des conditions du développement de ses activités.

idée suisse Nous montrons le monde, les êtres humains et leurs actes sous tous leurs aspects – sans masquer les côtés désagréables, controversés, provocateurs et choquants. Nous sommes conscients des divers effets de nos programmes sur les sensibilités du public et nous en tenons compte de façon appropriée.

SRG SSR concrétise ces intentions avec cette Charte. Celle-ci s'applique à tous les programmes et offres journalistiques; elle engage tous les collaborateurs et toutes les unités d'entreprise de SRG SSR.

La Charte du programme dans le détail

1. Au service du public

Nous accomplissons notre mandat, tel qu'il est défini dans la Constitution, la loi fédérale et la concession au plus près de notre conscience, que ce soit dans notre offre de programme ou notre activité professionnelle quotidienne. Nous veillons à respecter pleinement les critères professionnels et éthiques. Nous prenons en considération les attentes du public.

2. Liberté et responsabilité

Nous faisons usage de nos droits et de nos libertés (liberté d'information et d'opinion, liberté de création) et veillons à préserver notre indépendance. Nous connaissons nos devoirs

légaux et éthiques et la responsabilité qui en découle vis-à-vis de la société. Nous veillons à assurer l'équilibre entre nos droits et cette responsabilité.

3. Intégrité et indépendance

Nous sommes indépendants de tout intérêt. Nous prenons nos décisions sans nous laisser influencer par des pressions politiques, économiques ou d'autre nature et résistons aux pressions externes. Nos décisions sont prises indépendamment des affinités et des intérêts personnels; nous rejetons toute influence ou tentative de corruption.

4. Recherche de la vérité

Dans nos émissions d'information, nous recherchons la vérité. Nous veillons à prendre en compte tous les faits qui sont nécessaires à la compréhension d'une question et à ne diffuser que des informations provenant de sources fiables. Nous rectifions toute information erronée. Nous rejetons toute manipulation ou trucage de l'image, du son ou du texte. Nous nous procurons nos informations par des moyens légaux et éthiquement corrects.

5. Impartialité, absence de préjugés, pluralité des opinions

Nous veillons à présenter l'actualité sous tous ses aspects et à refléter l'ensemble des opinions. Nous ne privilégions aucune idéologie ni aucun parti ou groupe d'intérêts. Toute prise de position de notre part repose sur une évaluation compétente des faits. Dans nos programmes, seules les personnes compétentes sont autorisées à commenter l'actualité.

6. Transparence et formation de l'opinion

Nous offrons toute la transparence sur la nature, les conditions et les résultats de notre travail. Nous sommes toujours clairs sur nos intentions. Nous identifions les commentaires comme tels. La transparence est indispensable à la formation indépendante et impartiale de l'opinion. Nous faisons preuve de la même transparence lorsque nous évoquons les activités et les intérêts de l'entreprise SRG SSR.

7. Loyauté, respect de la personne, dignité humaine, besoin de protection

Nos relations avec autrui sont empreintes de loyauté et de respect. Nous respectons la sphère privée des personnes tant qu'aucune raison majeure d'intérêt public ne s'y oppose. Dans tous nos programmes, nous veillons au respect de la dignité des personnes. Nous respectons la présomption d'innocence. Nous veillons à ne pas exercer ni à favoriser une quelconque forme de discrimination à l'encontre de populations ou groupes d'individus. Nous prenons des précautions particulières pour protéger les personnes qui en ont besoin en raison de leur âge, de leur personnalité ou pour toute autre raison. Nous portons une attention particulière aux enfants.

8. Respect du public

9. Responsabilité et obligation de rendre des comptes

Nous sommes conscients de notre responsabilité vis-à-vis du public. Nous reconnaissons les erreurs dont nous sommes responsables. Nous créons un climat propice pour que chacun puisse apprendre de ses erreurs. Nous participons aux discussions sur l'accomplissement de notre mandat de service public. Les réactions et les questions du public doivent être traitées avec respect.

10. Remarques finales

SRG SSR et ses unités d'entreprise s'engagent à respecter la présente Charte. Les unités d'entreprise la complètent par un ensemble de règles pratiques. La Charte sert de base aux contrôles internes de qualité. Les processus de travail doivent favoriser l'observance de la Charte. La Charte du programme est un document public mis en ligne sur les sites de SRG SSR et de ses unités d'entreprise.

9.5. Charte d'éthique de la TSR

Dans un monde avide d'informations, dans une société soucieuse de la défense de ses valeurs fondamentales mais aussi de la protection de la sphère privée de ses citoyens, les médias et plus encore la télévision, media électronique où l'image peut servir toutes les manipulations, ont besoin de repères tant la voie est étroite entre les exigences contradictoires exprimées plus haut.

Le Service public, indépendamment de tout intérêt mercantile ou partisan, se doit d'être une référence de comportement professionnel et moral. C'est tout le but de la charte d'éthique de la TSR.

URL de la Charte d'éthique : <http://www.tsr.ch/tsr/index.html?siteSect=405001&sid=7145483>

Charte d'éthique de la TSR

AVANT-PROPOS

La Télévision Suisse Romande dispose, dans le cadre de la concession de service public de SRG SSR idée suisse, d'une réelle indépendance éditoriale et programmatique.

Cette indépendance nous honore et nous engage.

Elle nous honore car elle témoigne concrètement du contrat de confiance qui nous lie tant à nos téléspectatrices et téléspectateurs qu'à nos partenaires institutionnels. Cette indépendance nous engage aussi à veiller en permanence à la qualité, la crédibilité, l'équilibre des contenus que nous diffusons.

La TSR, en tant que service public, ne mène aucune campagne, ne défend aucune cause partisane, si ce n'est celle de l'exigence professionnelle, de l'impartialité. Ainsi, la TSR peut contribuer au bon fonctionnement démocratique, en permettant aux téléspectatrices et téléspectateurs d'exercer leurs droits citoyens en toute connaissance de cause.

La charte éthique de la TSR rassemble dans un texte concret, précis, les valeurs professionnelles essentielles qui engagent la chaîne, sa direction, ainsi que toutes ses collaboratrices et tous ses collaborateurs qui sont impliqués de près ou de loin dans la conception et la réalisation des contenus diffusés. Ce texte, qui fait l'objet d'une large consultation parmi les professions concernées à la TSR, guidera toutes celles et ceux qui, jour après jour, grâce à leur travail, permettent à la TSR de remplir sa mission de service public. Une mission qui signifie aussi le respect de la personne humaine dans sa dignité, ses croyances et sa sphère privée.

Cette charte est un document interne, parfaitement compatible avec les textes qui fondent notre activité, comme la loi sur la radio-télévision, la concession, les directives de SRG SSR, les règlements paritaires ou la déclaration des devoirs et droits du/de la journaliste. Elle fixe un objectif permanent, idéal qui s'inscrit pleinement dans le souci de concertation, de transparence et d'écoute du public qui doit nous animer.

Notre indépendance nous honore et nous engage.

Je souhaite que la charte éthique de la TSR nous rassemble autour des valeurs qui fondent et donc garantissent cette indépendance.

Gilles Marchand Février 2003

1. CADRE ET CHAMP D'APPLICATION

- 1 Le cadre juridique des médias, la jurisprudence des instances de régulation et des tribunaux ainsi que nos règles et directives internes évoluent sans cesse. Des questions, voire des doutes quant à la validité des normes en vigueur au sein de la TSR et des textes de référence de notre communauté professionnelle peuvent ainsi apparaître. La nécessité d'une charte de référence simple et régulièrement mise à jour se fait ainsi sentir.
- 2 Mais l'objectif de ce document est plus ambitieux. Cette charte d'éthique professionnelle souligne en effet notre volonté de garantir la qualité des productions, notre ambition de

renforcer encore et toujours la crédibilité de la TSR et notre souci d'assumer pleinement les responsabilités corollaires à notre liberté programmatique.

- 3 La charte doit en ce sens souligner notre engagement de toujours mieux mettre en œuvre la mission de service public de la TSR et, plus largement, de SRG SSR idée suisse.
- 4 Le mandat de prestation de la TSR qui en découle se réfère au cadre juridique de notre pays ainsi qu'aux normes en vigueur au sein de l'entreprise, en particulier :
 - l'ordre juridique du paysage audiovisuel suisse : Constitution fédérale, Loi fédérale et Ordonnance sur la Radio-Télévision
 - le cadre légal fixé à notre entreprise : Concession, statuts de SRG SSR, statuts de la RTSR, jurisprudence de l'autorité de surveillance, de l'AIEP et des tribunaux.
 - les directives, règlements et autres dispositions internes de SRG SSR et de la TSR
 - l'ordre juridique suisse, en particulier le Code civil suisse (protection de la personnalité,...), le Code pénal suisse (délits contre l'honneur, discrimination raciale, représentation de la violence, pornographie, ...), la loi sur le droit d'auteur, la loi sur la protection des données ou encore la loi sur la concurrence déloyale
 - les règles déontologiques communément admises, telle par exemple la Déclaration des devoirs et droits du/de la journaliste ou la charte de Reporters sans frontières.
- 5 Ces textes fondent, d'une part, notre indépendance politique et économique ainsi que notre autonomie dans la conception des programmes. Ils définissent, d'autre part, les principes déontologiques qui guident notre activité, tels la recherche de la vérité, le souci d'impartialité ainsi que le respect de la personnalité et des minorités.
- 6 La présente charte est en ce sens un instrument d'autorégulation, contenant, au-delà des règles rappelées ci-dessus, des normes exigeantes, définies de manière autonome par la TSR. Elle s'applique à l'ensemble des programmes et du contenu en ligne de la TSR et à tout le processus de production des émissions (conception, réalisation, diffusion). Elle concerne ainsi prioritairement la direction, l'ensemble des cadres de notre entreprise ainsi que toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs identifiés au programme ou associés aux émissions.
- 7 Chacun de ces collaborateurs et collaboratrices est personnellement responsable de la bonne application de cette charte et des règles qui y sont rappelées.
- 8 Les professionnels indépendants et les sociétés extérieures mandatés par la TSR sont également soumis à la stricte observation des règles rappelées dans cette Charte.

2. PRINCIPES PROFESSIONNELS

2.1 Principes de base

Conformément à la mission de service public de la TSR, qui ne s'interdit aucun thème ou sujet, les collaboratrices et collaborateurs s'imposent une rigueur toute particulière en matière de déontologie professionnelle. Ils respectent en priorité les trois principes suivants :

2.1.1 Véracité

- 1 L'information doit être conforme à la réalité des faits.
- 2 Dans ce but, les collaboratrices et collaborateurs de la TSR ont le souci permanent de rechercher la vérité. Tous les faits disponibles et accessibles sont pris en considération. Aucune information essentielle n'est omise ou déformée, par exemple pour accréditer une thèse particulière.
- 3 L'élaboration d'une émission suppose une bonne connaissance du sujet traité ainsi que la mise en œuvre des moyens adéquats pour rechercher et traiter l'information. Elle implique parallèlement une autocritique permanente dans l'appréciation de la qualité des programmes.
- 4 Dans le souci de garantir la crédibilité des programmes, les collaboratrices et collaborateurs ont le devoir de rectifier une information erronée.

2.1.2 Impartialité

- 1 Les programmes ne privilégient aucune idéologie, ni aucun parti ou groupe d'intérêts.

- 2 Ce principe est appliqué avec une attention toute particulière en période d'élections et de votations, raison pour laquelle la TSR édicte chaque fois un plan de couverture. Ce plan doit permettre d'assurer un traitement impartial et équilibré sur l'ensemble des émissions spécifiques consacrées à ces événements.

2.1.3 Pluralité

- 1 Les programmes reflètent équitablement la diversité des opinions.
- 2 Les sujets sont donc présentés sous tous leurs aspects et reflètent l'ensemble des positions. Une attention particulière est accordée aux sujets controversés ou aux émissions à thèse.
- 3 Le journalisme d'investigation et d'enquête, fondé sur des recherches scrupuleuses, veillera à donner la possibilité de réplique aux personnes mises en cause.
- 4 Les refus de s'exprimer sont respectés et, le cas échéant, mentionnés à l'antenne, si possible avec indication du motif. Il en va de même lorsqu'un interlocuteur reste injoignable.

2.2 Thèmes sensibles

Les principes et les normes évoqués ci-dessus s'appliquent bien sûr de manière générale à l'ensemble des programmes de la TSR. Certains thèmes sensibles ou controversés

2.2.1 Représentation de la violence

La TSR exerce une grande retenue dans la diffusion d'images violentes. Pour préserver la dignité des êtres vivants, elle s'interdit notamment de diffuser des images ou des propos qui illustrent avec insistance des actes de cruauté envers des êtres humains ou des animaux, sans présenter une valeur d'ordre culturel, scientifique ou artistique (fiction) ou un intérêt public prépondérant.

2.2.2 Discrimination

La TSR lutte contre toute forme d'exclusion et tient compte des minorités. Elle s'interdit ainsi la diffusion d'images et de sons discriminatoires concernant la race, le sexe, l'âge, la religion, l'appartenance ethnique, l'orientation sexuelle, l'invalidité, l'apparence physique ou le statut social.

2.2.3 Valeurs et croyances

- 1 La TSR respecte les valeurs généralement admises dans la société.
- 2 Elle traite notamment avec sensibilité les croyances fondamentales des diverses religions.

2.2.4 Pornographie

La TSR renonce à toute diffusion contenant des scènes de pornographie, à l'éventuelle exception des œuvres cinématographiques ou télévisuelles présentant une valeur culturelle ou scientifique. Le public en est dûment averti avant et pendant la diffusion.

2.2.5 Suicide

La TSR observe la plus grande retenue en matière de suicide. Seul un intérêt public prépondérant justifie un traitement à l'antenne.

2.2.6 Public sensible

La TSR avertit les téléspectatrices et téléspectateurs, et tout particulièrement le jeune public, avant la diffusion d'un programme de nature à heurter leur sensibilité.

3. RESPECT DE LA PERSONNE

Le respect de la personne et de sa dignité est un principe fondamental, non seulement de notre entreprise, mais aussi de nos sociétés démocratiques.

Ce principe trouve des applications spécifiques dans le monde de la télévision et implique, pour une télévision de service public, un engagement sans faille :

3.1 Droit à l'image

- 1 La TSR entend respecter avec la plus grande rigueur le droit que toute personne a sur son image, sa voix ou son nom. L'image, la voix ou le nom ne sera ainsi diffusé qu'en cas de consentement (exprès ou tacite) ou d'intérêt public prépondérant.

3.2 Vie privée

La TSR respecte la protection de la vie privée. Elle renonce en conséquence à toute diffusion portant une atteinte non justifiée à la sphère intime ou privée d'une personne.

3.3 Honneur

Dans le cadre de ses émissions, notamment lors de déclarations ou d'entretiens, la TSR évitera, dans la mesure du possible, de diffuser des propos calomnieux, diffamatoires ou injurieux n'ayant aucune valeur informative.

3.4 Caméra cachée

- 1 La TSR ne recourt à la méthode de la caméra cachée que s'il existe un intérêt public prépondérant. L'accord du producteur responsable (voire du chef de département) est toutefois indispensable. Une telle décision tiendra compte des normes du Code pénal en la matière.
- 2 Pour les émissions de divertissement, il convient d'obtenir le consentement écrit de la personne concernée avant toute diffusion.
- 3 De même, la TSR renonce à l'enregistrement et/ou à la diffusion de conversations téléphoniques réalisées à l'insu des personnes concernées, mis à part les cas exceptionnels de sauvegarde d'intérêts légitimes approuvés par la Direction.

3.5 Enfants et personnes en détresse

La TSR prend, dans le cadre de la diffusion de ses images, des précautions particulières pour garantir le respect de la vie privée et de l'honneur des enfants ainsi que des personnes en situation de détresse, de deuil ou sous le choc d'un événement.

3.6 Information judiciaire

La TSR respecte, en particulier dans le domaine de l'information judiciaire, la présomption d'innocence, le principe du secret de l'instruction et le droit à l'oubli. En ce sens, l'identité ou toute information permettant d'établir l'identité des personnes impliquées ou victimes n'est pas dévoilée, mis à part les exceptions consacrées par la loi ou la déontologie professionnelle.

3.7 Satire

Les propos, les images et les séquences satiriques, diffusées par la TSR, sont présentés comme tels au public. Ils évitent tout caractère délibérément blessant, notamment dans les domaines moraux et religieux. Les cérémonies religieuses et les objets du culte seront, en particulier, traités avec retenue et respect.

4. NORMES DE PRODUCTION

Lors de l'élaboration et de la diffusion de ses émissions, la TSR entend respecter les normes suivantes, découlant directement des principes énoncés ci-dessus :

4.1 Sources

- 1 L'origine, l'authenticité et la concordance des sources sont vérifiées. Les informations non confirmées ou les rumeurs sont présentées comme telles à l'antenne.
- 3 L'utilisation de formules du type « de source bien informée » ou « comme il nous a été rapporté » n'est donc acceptée que dans des cas exceptionnels.

- 4 Le secret rédactionnel à propos des sources d'informations confidentielles est d'autre part garanti.

4.2 Identité

- 1 L'identité des personnes – nom et fonction - interviewées doit être totalement transparente.
- 2 L'anonymat est accepté dans des cas exceptionnels, voire imposé contre la volonté de la personne lorsqu'un intérêt prépondérant le justifie.

4.3 Protection des données

Pour assurer le respect de la sphère privée, un soin particulier est accordé à la protection des données. Les collaboratrices et collaborateurs ne recueilleront ainsi que les données indispensables à leur travail et veilleront scrupuleusement à ne pas en faire un usage illicite.

4.4 Manipulation

- 1 La TSR s'interdit toute manipulation de la réalité.
- 2 Par ailleurs, elle prendra les mesures adéquates afin d'éviter, lors de la couverture des manifestations publiques, toute manipulation de la part des forces de l'ordre ou des manifestants.
- 3 Il en sera de même en cas d'actes de violence (alerte à la bombe ou prise d'otages par exemple) pour éviter tout phénomène de contagion ou instrumentalisation de l'information par les uns ou les autres.

4.5 Commentaires

L'information proprement dite est clairement distinguée des commentaires, avis ou points de vue personnels.

4.6 Transparence

- 1 Les collaboratrices et collaborateurs de la TSR exercent leur activité professionnelle au grand jour, en communiquant aux tiers leur identité professionnelle. Ils s'interdisent de recourir à toute méthode déloyale.
- 2 Des exceptions sont admises dans les cas où l'investigation relève d'un intérêt public majeur et où l'information ne peut être obtenue différemment. Elles nécessitent l'accord du rédacteur en chef ou du chef de département.

5. TRAITEMENT DE L'IMAGE

La spécificité et la force de la télévision, ce sont bien évidemment les images qu'elle diffuse. Le traitement de l'image requiert donc une attention toute particulière.

5.1 Intégrité

- 1 L'intégrité des images, tout comme celle des sons ou des textes, est respectée.
- 2 Le montage des questions et des réponses, notamment, respecte le sens originel de l'interview.
- 3 Par ailleurs, dans les émissions d'information, les collaboratrices et collaborateurs éviteront l'abus d'effets sonores ou visuels qui dénatureraient le sens originel. Ils s'interdiront tout trucage des images.

5.2 Documents d'amateurs

Le matériel tourné par des vidéastes amateurs est identifié comme tel à l'antenne et n'est diffusé qu'après vérification de son caractère authentique.

5.3 Reconstitutions et matériel d'archives

- 1 Les reconstitutions et les photomontages sont clairement annoncés à l'antenne.

- 2 Il en va de même des documents illustratifs et du matériel d'archives. Celui-ci sera, de plus, resitué dans son contexte.

6. AVAL ET AMONT

L'image de la TSR est également influencée par des activités situées en amont ou en aval de la diffusion proprement dite de ses programmes.

6.1 Promotion

- 1 La promotion d'un programme ne doit dénaturer ni le propos, ni le sens de l'émission ainsi soutenue.
- 2 Afin d'assurer la coordination de ces efforts de promotion, le recours à toute action ou technique de communication est soumise à l'accord de la direction de la TSR ou, par délégation, au responsable de la communication de la chaîne.

6.2 Sondages

Les sondages d'opinion sont une photographie, datée, de l'opinion publique. Ils ne doivent pas être présentés comme des pronostics. Le nombre de personnes interrogées, la portée géographique, la marge d'erreur, la période de réalisation et le commanditaire sont indiqués à l'antenne.

6.3 Censure

Toute censure d'un programme émanant d'une autorité externe est en principe mentionnée à l'antenne, en particulier lorsqu'il s'agit de la couverture d'un conflit armé.

6.4 Embargos et exclusivités

- 1 Si une information ou un document est remis par un tiers à la rédaction sous embargo, la confiance exige que celui-ci soit respecté. Si la rédaction considère que l'embargo n'est pas 2Les exclusivités des organismes de télévision, de presse et de radio sont diffusées comme telles, avec mention de la source.

7. INDÉPENDANCE ET LOYAUTÉ

La TSR est soucieuse de préserver son indépendance. En ce sens, elle entend éviter tout conflit d'intérêt et s'engage à renoncer à tout procédé douteux pour obtenir des informations.

7.1 Cadeaux, rémunération ou autres avantages

- 1 Aucune information ou image n'est obtenue ou diffusée contre rémunération ou quelconque avantage aux collaborateurs et collaboratrices.
- 2 Ils s'engagent en ce sens à refuser tout cadeau, argent ou contre-prestation – en particulier les reportages sur invitation "interdits, sauf autorisation spéciale donnée par le chef de département concerné" (règles déontologiques 4.2) - qui pourrait influencer leur travail ou nuire à leur indépendance.
- 3 Les cadeaux de courtoisie ne peuvent être acceptés que s'ils n'entraînent aucune obligation et ne dépassent pas une valeur symbolique.

7.2 Publicité directe ou clandestine

- 1 La TSR s'interdit, en dehors des blocs publicitaires ou de l'autopromotion, toute diffusion de sujets qui tendent à diriger le choix du public sur des produits ou des services.
- 2 La publicité clandestine et la publicité subliminale sont en particulier interdites.
- 3 La TSR refuse de promettre des contributions rédactionnelles pour obtenir des contrats de publicité ou de lier de tels contrats à une certaine complaisance rédactionnelle.
- 4 La citation d'une marque n'est possible que pour des besoins d'information, en particulier lors de manifestations sportives.

- 5 Les collaboratrices et collaborateurs de la TSR s'interdisent de participer à des émissions publicitaires, sauf dans les cas compatibles avec la LRTV et acceptés par la direction.

7.3 Interdiction de la concurrence déloyale

- 1 Toutefois, les informations contenues dans les émissions de la TSR peuvent modifier le jeu de la concurrence. Les collaboratrices et collaborateurs concernés éviteront en particulier toute allégation inexacte, fallacieuse ou de nature à induire le public en erreur.
- 2 Ainsi les émissions procédant à des tests comparatifs respectent les principes de loyauté et de transparence.

7.4 Parrainage

La TSR n'accepte de promouvoir l'image d'un tiers que dans le cadre du parrainage dûment identifié comme tel.

7.5 Intérêts commerciaux et financiers

- 1 Les collaboratrices et collaborateurs s'abstiennent de profiter ou de faire profiter des tiers d'informations privilégiées acquises dans le cadre de leur activité professionnelle. Ils informent la direction, par écrit et pour décision, de tous leurs intérêts d'affaires commerciaux ou financiers susceptibles de créer un conflit, réel ou potentiel, avec leur activité pour la TSR.
- 2 Ils refusent toute sollicitation à propos d'un proche.

7.6 Respect du droit d'auteur

- 1 La TSR préserve l'intégrité des œuvres. Elle respecte les dispositions du droit d'auteur en matière de protection des créations, des interprétations et des productions.
- 2 Elle obtiendra l'accord de l'ayant droit pour l'utilisation d'une œuvre, mis à part les exceptions reconnues (comptes rendus d'actualité, revues de presse, citations, etc.).

8. LES ACTIVITÉS HORS DE LA TSR

- 1 Les libertés individuelles des collaboratrices et collaborateurs sont garanties. Il en va ainsi de la possibilité d'exercer une activité accessoire et de s'engager dans la vie associative ou politique du pays.
- 2 Ces libertés sont toutefois restreintes par le rôle particulier dévolu à un media de service public. Les règles en vigueur en la matière ont pour objectif de garantir l'impartialité et l'indépendance de la TSR.

8.1 Activités politiques

Ce chapitre sera rédigé après adoption des directives SRG SSR (sous forme de résumé avec renvoi au texte des directives).

8.2 Activités accessoires

- 1 Elles sont réglées au chapitre 2 des règles déontologiques de la TSR.
- 2 Dans l'exercice d'une activité accessoire, les collaboratrices et collaborateurs observent les principes suivants :
 - s'interdire d'engager la TSR ou d'utiliser son nom ou son image à l'extérieur
 - annoncer à la direction tout conflit d'intérêt possible
 - tenir confidentielle toute information interne non-destinée au public.

9. RESPONSABILITÉ

9.1 Au niveau interne

- 1 La responsabilité de respecter cette charte d'éthique professionnelle incombe prioritairement à chaque collaboratrice et à chaque collaborateur lié(e) au programme et à l'ensemble des cadres.
- 2 En cas de doute ou de situation extraordinaire, la collaboratrice ou le collaborateur consulte son supérieur hiérarchique direct, puis si besoin, la direction. La responsabilité

du 3Le producteur d'un programme est responsable du contenu diffusé. En ce sens, il organise et assume un contrôle éditorial et surveille l'application de la charte.

- 4 Lorsque la TSR confie la réalisation d'une émission à des professionnels indépendants ou à des sociétés extérieures, elle soumet de tels mandats de production à la stricte observation de cette Charte d'éthique professionnelle et à l'ensemble des règles en vigueur au sein de l'entreprise. La TSR désignera chaque fois un répondant (producteur, chef de département) qui sera responsable de la bonne application de ces textes.

9.2 Vis-à-vis de l'État et des tiers

- 1 Sur le plan civil et administratif, la TSR est responsable et endosse les conséquences des actes des collaboratrices et des collaborateurs, sous réserve des éventuelles actions à l'encontre de ceux qui auraient commis une faute professionnelle.
- 2 En cas d'infraction au Code pénal, l'auteur de l'acte est personnellement responsable. Si celui-ci n'a pas pu être découvert et que l'infraction est commise dans le cadre d'une diffusion, le rédacteur/producteur responsable est punissable lorsque, intentionnellement ou par négligence, il n'a pas empêché l'acte ou la diffusion concernée. La TSR fournit toutefois l'assistance juridique nécessaire, sous réserve des cas de négligence ou de manquement grave de la collaboratrice ou du collaborateur.

Genève, février 2003