

26.10.2010 - 11:00 Uhr

## Media Service: Conseil suisse de la presse / Prise de position 43/2010 ([www.presserat.ch/28350.htm](http://www.presserat.ch/28350.htm))

Interlaken (ots) -

- Indication: Des informations complémentaires peuvent être téléchargées en format pdf sous:  
<http://presseportal.ch/fr/pm/100018292> -

Resumé

Les médias ne peuvent pas sans autre répandre des informations de nature privée placées sur Internet

Il est vrai que toujours plus d'individus rendent publiques sur Internet des informations et des images de nature privée. Néanmoins les mass médias ne doivent pas en déduire que ces personnes renoncent ainsi d'elles-mêmes à la protection de leur sphère privée. C'est ce que déclare le Conseil de la presse dans sa dernière prise de position. Pour les médias, cela signifie qu'ils ne peuvent pas répandre sans autres des informations privées recueillies sur Internet.

L'organe de plainte touchant aux questions déontologiques des médias s'est autosaisi du thème « Internet et vie privée ». En effet, cette nouvelle forme de communication a atteint une ampleur telle que d'aucuns prédisent déjà la fin de la notion même de vie privée. Pour l'heure, la question de savoir s'ils ont le droit de répandre les informations placées sur la toile, ou de s'y référer, cette question est devenue centrale pour les journalistes dans l'exercice de leur profession.

Le Conseil de la presse fonde sa position sur sa jurisprudence : la publicité sur Internet ne signifie pas nécessairement « publicité médiatique ». Tout dépend - et ça ne concerne pas que l'Internet - de l'intention avec laquelle un individu s'expose dans la sphère publique.

Selon leur contenu, des informations ou des images publiées sur Internet peuvent garder leur caractère privé. Les journalistes doivent donc évaluer de cas en cas quel est l'intérêt qui prédomine : le droit du public à être informé, ou le droit de la personne à la protection de sa vie privée ?

Lors de cette pesée d'intérêts, il faut absolument tenir compte du contexte dans lequel une information a été placée sur Internet. A-t-elle paru dans un réseau social comme Facebook, ou sur un site institutionnel ? Le site s'adresse-t-il à un groupe restreint de destinataires, ou à un large public ? L'auteur en est-il un simple quidam, ou une personne connue du public ?

Les journalistes doivent enfin s'assurer qu'une des conditions permettant l'identification soit remplie. Les cas dans lesquelles l'identification est admise, tels qu'ils sont énumérés dans la directive 7.2 se rapportant au chiffre 7 de la « Déclaration », valent également pour l'Internet.

Contact:

SCHWEIZER PRESSERAT  
CONSEIL SUISSE DE LA PRESSE  
CONSIGLIO SVIZZERO DELLA STAMPA  
Sekretariat/Secrétariat:  
Martin Künzi, Dr. iur., Fürsprecher  
Bahnhofstrasse 5

Postfach/Case 201  
3800 Interlaken  
Telefon/Téléphone: 033 823 12 62  
Fax: 033 823 11 18  
E-Mail: [info@presserat.ch](mailto:info@presserat.ch)  
Website: <http://www.presserat.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100018292/100612740> abgerufen werden.