Le médiateur de la rédaction de France 2

L'institutionnalisation d'un public idéal

The Ombudsman of the France 2 Television Newsroom. Institutionalization of an ideal Public

Vincent Goulet

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7117>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7117

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2004

Pagination : 281-299

ISBN : 978-2-86480-838-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Vincent Goulet, « Le médiateur de la rédaction de France 2 », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 01 juillet 2004, consulté le 29 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7117> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7117>

Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

> NOTES DE RECHERCHE

VINCENT GOULET

Centre de sociologie européenne
École des hautes études en sciences sociales, Paris
Université Bordeaux 3
goulet@iut.u-bordeaux3.fr

LE MÉDIATEUR DE LA RÉDACTION DE FRANCE 2.

L'INSTITUTIONNALISATION D'UN PUBLIC IDÉAL

Résumé. — Après cinq ans d'existence, *L'Hebdo du médiateur* de la rédaction de France 2, expérience originale de rétroaction des publics, semble s'être durablement intégrée à la grille des programmes de la chaîne. La médiation, à l'origine investie d'une mission déontologique explicite par ses concepteurs, s'est progressivement transformée sous la pression de ses divers interlocuteurs (téléspectateurs, journalistes, direction), le processus d'institutionnalisation de la fonction révélant de manière particulièrement claire les forces agissantes dans l'espace social particulier qu'est une rédaction télévisée d'une chaîne de service public. Si la médiation a pu effectivement réformer quelques pratiques journalistiques contraires à la déontologie, son principal effet est sans doute de construire une image du public des journaux télévisés ajustée à l'identité de France Télévisions, image qui reste cependant fortement dépendante des formats et des modes d'énonciation télévisuels dominants.

Mots clés. — Médiation, *ombudsman*, téléspectateurs, réception, déontologie, journalistes, télévision publique.

En septembre 1998, la première chaîne du service public français de télévision a créé une nouvelle fonction, celle de « médiateur de la rédaction » dont le rôle officiel est d'être « l'interlocuteur et l'interprète du public auprès des journalistes de France 2 »¹. En direct, chaque samedi, après l'édition du journal télévisé de 13 heures, le médiateur présente *L'Hebdo du médiateur*, une émission d'une vingtaine de minutes où il revient sur des reportages qui ont suscité des critiques de la part de téléspectateurs et invite quelques membres du public à en débattre avec des journalistes de la rédaction. Après cinq ans d'existence, cette expérience originale de rétroaction des publics auprès d'une rédaction télévisée semble s'être durablement intégrée à la grille des programmes de la chaîne.

Héritier du concept de médiation qui s'est généralisé dans la presse écrite nord-américaine depuis la fin des années 60 face à de forts mouvements contestataires (Neuman, 1994 ; Ferreira Maia, 2003), directement inspiré de l'émission de l'*ombudsman* de la télévision publique canadienne francophone², *L'Hebdo du médiateur* peut être perçu comme la réponse « éthique » de la télévision de service public à une crise de crédibilité persistante des médias, dont le point de départ serait l'affaire du faux charnier de Timisoara en 1989, et la couverture de la guerre du Golfe de 1991. Mais une institution se limite rarement à la seule réalisation de son discours officiel, pas plus qu'aux intentions officieuses de ses promoteurs, comme le montrent, par exemple, les tribunes du médiateur du journal *Le Monde*³. À France 2, la création et les transformations de la médiation, son institutionnalisation, révèlent ainsi de manière particulièrement claire les forces sociales agissantes dans cet espace social particulier qu'est une rédaction télévisée d'une chaîne de service public. En étudiant cette fonction nouvelle, nous chercherons à mieux comprendre la constitution des discours médiatiques et leurs effets sur les publics en articulant sociologie de la production et sociologie de la réception : analyse du dispositif de l'émission, entretiens avec différents membres de la rédaction, étude du courrier des téléspectateurs. Après avoir mis en évidence les raisons avancées pour justifier la création du poste de médiateur, nous évaluerons la façon dont les différents publics se sont manifestés et se sont appropriés cette nouvelle instance normative. Ensuite, nous rendrons compte des interactions entre le médiateur et le reste de la rédaction qui ont partiellement transformé cette fonction, pour conclure sur les limites du discours déontologique mis en scène lors de cette émission d'autocritique publique⁴.

¹ Présentation par D. Epelbaum de la mission du médiateur sur le site internet de France 2 en 1998-2000.

² Le Bureau de l'*ombudsman* a été mis sur pied en 1992. Il a animé une émission mensuelle d'une vingtaine de minutes de mars 1995 à mai 1997, sur RDI, le « Réseau de l'information », la chaîne d'information en continu de la SRC (Société Radio-Canada).

³ Alors qu'en 1994, *Le Monde* était contraint d'augmenter sa diffusion, parfois au détriment de ses principes fondateurs, la création d'un médiateur avait pour mission de « rassurer » les lecteurs de longue date en justifiant la nouvelle politique éditoriale. Objectivant au fil de ses tribunes les transformations du « journal de référence » français, le médiateur a paradoxalement révélé qu'« une instance de contrôle était devenue nécessaire là même où elle aurait été sans objet il y a encore quelques années » (Champagne, 2000 : 17).

⁴ Ce texte s'appuie sur une enquête menée à France 2 de 1999 à 2001, et des entretiens complémentaires ont été réalisés jusqu'en juin 2003. L'essentiel de la rédaction de cet article a été effectué en août 2003.

Le contexte de la création de la médiation

Les promoteurs de la médiation, Albert du Roy, nommé directeur de la rédaction de France 2 en août 1997, et Didier Epelbaum, un journaliste de la rédaction qui sera le premier médiateur, la présentent comme un moyen de remédier à « l'incompréhension de plus en plus grande entre les téléspectateurs et les journalistes »⁵. Entre 1998 et 2000, la mission du médiateur était ainsi présentée sur le site internet de France 2 : « Instance indépendante de la rédaction, je suis habilité à recevoir vos remarques sur l'information diffusée sur la chaîne, à examiner vos suggestions ou vos plaintes. [...] Ma mission est de clarifier le travail de la rédaction et, le cas échéant, de le critiquer et de corriger les erreurs. [...] La création d'un médiateur exprime la volonté du service public d'être à votre écoute et de tenir compte de vos avis pour améliorer la qualité de son information ».

Albert du Roy est un journaliste connu du grand public. Après avoir débuté à *Europe 1*, il est rédacteur en chef dans plusieurs hebdomadaires d'information (*L'Express*, *Le Nouvel Observateur*, *L'Événement du Jeudi*), se spécialise à *Antenne 2* dans le journalisme politique (*L'heure de vérité*) et multiplie les collaborations de presse comme directeur, éditorialiste ou chroniqueur. En outre, il est l'auteur de plusieurs livres sur les médias, dont le *Serment de Théophraste*, où il développe des considérations déontologiques (du Roy, 1992)⁶. En prenant la direction de la rédaction, Albert du Roy projetait une réforme complète des éditions et devait compter sur le médiateur pour accompagner ces transformations en les expliquant aussi bien aux téléspectateurs qu'aux journalistes de France 2. La rédaction était alors divisée entre « audimatologues » et « élitistes »⁷, les premiers cherchant à diffuser une information à la fois « spectaculaire » et « proche du public » pour obtenir des succès d'audience, seuls garants à leurs yeux du maintien du service public, les seconds convaincus au contraire que seule une information « rigoureuse et exigeante » était « digne » du service public et pouvait prétendre au succès d'audience à long terme. « Il fallait que cette espèce de – le mot est un peu fort, mais comme j'ai dit des choses violentes sur cette rédaction, je peux me le permettre – cette espèce d'arrogance des journalistes de télévision, qui estiment que la domination absolue de leur média les exonère absolument de toute remise en cause de la façon dont ils font leur métier, cette espèce d'arrogance devait avoir un frein et qu'il n'y avait aucune raison pour que les journalistes de télévision, comme ceux d'ailleurs de presse écrite, n'aient pas, de temps en temps, des comptes à rendre à leurs téléspectateurs. C'était une façon de les ramener à un peu plus de modestie et surtout de remettre en question la manière dont ils exercent leur

⁵ Entretien avec A. du Roy, août 2000.

⁶ « Si elle se plie devant l'ordre établi, l'information cesse d'être subversive. Or, par définition, elle doit être contestataire. Il lui manque de l'être davantage à l'égard d'elle-même, de ses règles, de ses travers, de ses faiblesses. Ce faisant, elle ne sera ni moins dérangeante, ni mieux admise, mais elle sera mieux comprise, et plus légitime » (p. 228).

⁷ Selon les termes employés par A. du Roy, *Télérama*, 17/06/98.

métier »⁸. La réorganisation des services proposée par Albert du Roy n'a pas été acceptée par la rédaction qui le pousse à la démission dix mois après sa nomination : la création du médiateur est le seul volet de son projet qui sera mené à terme et concrétisé par son successeur – Pierre-Henri Arnstam – un proche du président de France Télévisions, Xavier Gouyou Beauchamps.

La création du poste de médiateur avec expression à l'antenne ne peut cependant se comprendre uniquement comme une réponse à une crise globale des médias, ni en fonction des seuls enjeux internes de la rédaction de France 2. Cette innovation est également le moyen, pour le service public, de réaffirmer son identité face à la concurrence des chaînes privées. Pour la direction de France Télévisions (Xavier Gouyou Beauchamps puis Marc Tessier), la médiation est l'occasion d'affirmer une différence avec les chaînes privées et de mettre en avant les « valeurs du service public » : tolérance, ouverture, respect des téléspectateurs, pluralisme. *L'hebdo du médiateur* apparaît comme la vitrine d'un rapport renouvelé au public, où la direction manifeste son acceptation des critiques et sa volonté de dialogue. C'est ainsi que, à la fin du mandat du premier médiateur, le président du groupe s'invitera à l'émission pour se féliciter de cette initiative unique en Europe, « innovatrice et courageuse », « naturelle pour le service public » qui doit « être à l'écoute, s'intéresser, être proche des téléspectateurs » tout en gardant une « règle déontologique »⁹. La médiation n'est pas seulement une vitrine pour France 2. Elle est aussi une réaction aux plaintes des télévisions privées TFI et M6 contre France Télévisions devant la Commission européenne pour « distorsion de la concurrence ». En effet, chaque État doit désormais clairement définir les « missions de service public » et les contraintes qui justifient le financement de la télévision publique par une taxe, la redevance. Enjointes de se distinguer de la télévision commerciale privée pour ne « pas altérer les conditions des échanges et de concurrence dans la Communauté » (Regourd, 1999 : pp. 13-14), les télévisions publiques doivent prendre des mesures concrètes. C'est en ce sens qu'au début de l'année 1998, Catherine Trautmann, alors ministre de la Culture et de la Communication, demande explicitement l'instauration de médiateurs dans les chaînes publiques.

Le premier médiateur et l'instauration d'une fonction critique

Après avoir été chargé, en 1997, par Albert du Roy de rédiger un rapport sur la création de la fonction de médiateur, Didier Epelbaum est nommé en mai 1998 par la rédaction et la direction comme premier médiateur. Âgé de 52 ans, il a passé l'essentiel de sa carrière à France 2 où il a acquis une réputation de sérieux et de droiture. Il est également connu pour ses prises de position éthiques et sa réflexion

⁸ Entretien avec A. du Roy, août 2000.

⁹ M. Tessier, *L'Hebdo du médiateur*, 24/06/00.

permanente sur le travail journalistique. En 1997, par exemple, il rédige une synthèse d'entretiens avec différents journalistes du service « politique étrangère » qui dénonce le manque d'intérêt de la rédaction en chef pour l'actualité internationale et préconise de « revenir à une conception forte, claire, évidente et lisible de l'information sur France 2 ». Didier Epelbaum est également proche du monde intellectuel : il a écrit trois livres d'histoire et soutient, en 1998, un doctorat à l'École des hautes études en sciences sociales sur l'intégration des immigrants juifs de Pologne, en France, entre 1919 et 1939 ; bénéficiant d'une légitimité à la fois interne et externe, il paraît avoir toutes les dispositions nécessaires pour inaugurer cette nouvelle fonction.

Mais, pour le premier médiateur, le principal garant de sa démarche, et sa source de légitimité, sont avant tout le courrier des téléspectateurs et la parole des membres du public qu'il invite sur le plateau de *L'Hebdo du médiateur* : « Quand j'ai commencé *L'Hebdo du médiateur*, l'adresse internet a vraiment changé le courrier. Les gens ne s'exprimaient plus sur les présentateurs mais sur le fond de l'info, les reportages, l'actualité... Maintenant ça augmente, avec un public que je n'avais pas avant, de plus haut niveau. C'est-à-dire, par exemple, sur la marée noire, des courriers d'ingénieurs, d'officiers de marine, qui racontent leur expérience, qui voient ce qui passe à la télé et qui me suggèrent des pistes... Du courrier très spécialisé et très intéressant. Sur la violence dans les écoles, j'ai là plusieurs témoignages, des gens qui ont écrit pour témoigner, et pour qu'on parle de leur enfant [...]. On est nous, la télévision, pas seulement un organe d'information, on est aussi leur contact avec la société. C'est-à-dire leur fenêtre sur la société, qui est à la maison. Et donc s'ils veulent essayer d'agir sur la société ou d'exprimer un avis, il y a cette télé qui est là et on sait qu'il y a quelqu'un qui lit des lettres à la télé, qui lui-même en fait cas à l'antenne, alors c'est un appel d'air... Les gens l'expriment souvent : "puisque vous existez, nous vous écrivons, puisque vous êtes là pour ça, sinon je n'aurais pas écrit à la télévision" »¹⁰.

Pour construire son émission, Didier Epelbaum sélectionne un thème (plus rarement deux) parmi le courrier reçu, sans forcément privilégier les sujets qui suscitent le plus grand nombre de lettres. Généralement attentif aux messages qui lui semblent traduire un mouvement d'opinion, il peut également choisir une lettre isolée si elle lui paraît particulièrement pertinente. Les téléspectateurs invités sur le plateau – ou reliés avec lui par duplex ou par téléphone – peuvent s'exprimer longuement, sans être interrompus par le médiateur qui adopte ainsi un ton qui tranche avec les formats habituels de la télévision. « J'ai voulu donner un espace de parole libre, un peu subversive, dans la mesure où les téléspectateurs ne sont pas des professionnels de la parole, qu'ils ne pratiquent pas la langue de bois. [...] Je n'avais pas bien évalué au début la valeur de cette prise de parole. J'étais journaliste de la rédaction, je faisais mon boulot de journaliste sans être à l'écoute du public. On est à l'écoute de l'info, on fait notre boulot. Je ne me rendais pas compte qu'il y avait un tel sentiment de frustration de la part du public »¹¹.

¹⁰ Entretien avec D. Epelbaum, fév. 2000.

¹¹ Entretien avec D. Epelbaum, juil. 2000.

Dans un second temps, le journaliste ou le chef de service concerné par le sujet est invité à expliquer ses choix, les conditions de son travail. D'autres réactions de téléspectateurs sont présentées, par citations extraites du courrier ou sous forme de discussions enregistrées par téléphone. Le médiateur mène l'enquête en recueillant les points de vue et les témoignages. Il s'arrête sur le contexte de la prise de vue, sur la méthode de travail du journaliste, pose des questions précises. Il diffuse parfois de larges passages des *rushs* tournés par l'équipe de journalistes, demande des précisions aux correspondants locaux lorsque l'actualité évoquée se passe à l'étranger. Le médiateur s'efforce de recueillir un maximum d'informations pour clarifier les conditions de reportage, vérifier la crédibilité des informations données, ce qui permet souvent de lever les malentendus qui ont pu s'instaurer entre les téléspectateurs et les journalistes. Dans certains cas, un expert vient apporter ses connaissances pour clarifier une question difficile (il peut s'agir d'un médecin, d'un sociologue, d'un avocat). Si le téléspectateur est en direct, il lui demande de réagir à la lumière de ces compléments d'informations. Le médiateur achève la discussion par une conclusion préalablement écrite où il reconnaît éventuellement les erreurs de la rédaction, tout en rappelant les contraintes du métier. Il donne une synthèse, tire une leçon – parfois sous forme de morale – de la question soulevée, marque les limites de ce que peut offrir l'information télévisée. Très souvent, sa conclusion n'est pas définitive et laisse le téléspectateur libre de se forger son opinion avec les éléments supplémentaires apportés par l'émission¹².

Les thèmes abordés par le premier médiateur sont toujours traités dans une perspective déontologique : la question du traitement jugé trop « spectaculaire » de l'actualité revient régulièrement, mais aussi celle de la « violence des images », du respect des personnes ou encore de l'exigence d'exactitude. Ces problèmes de traitement de l'information sont évoqués à propos de sujets qui marquent l'actualité, lesquels se répartissent principalement entre les problèmes de société (violence urbaine, PACS, bizutage, licenciements économiques, naufrage du pétrolier Erika, grève à l'Éducation nationale, etc.), les contestations émises par des groupes sociaux considérant être mal traités ou mal représentés par les informations télévisées, et les grands événements internationaux (en particulier les conflits, comme la guerre du Kosovo). La place donnée à l'actualité internationale, l'attention accordée aux problèmes sociaux, le souci d'un traitement équitable des différents groupes sociaux et culturels s'inscrivent dans le prolongement des préoccupations que Didier Epelbaum a pu exprimer par le passé dans la rédaction de France 2.

¹² Très rapidement, *L'Hebdo du médiateur* a obtenu une audience jugée satisfaisante avec un taux de pénétration compris entre 4,5 et 6 % (entre 15 % et 22 % de part de marché), soit jusqu'à 3,5 millions de téléspectateurs. La tendance est à la progression.

Une triple sélection du public

Jusqu'à la création de la médiation, le courrier des téléspectateurs qui parvenait à la chaîne n'était ni centralisé, ni systématiquement traité, chaque destinataire (présentateur, journaliste, rédacteur en chef ou président de France Télévisions) restant juge d'y apporter ou non une réponse. Faute d'archives, il est impossible de faire des statistiques, mais ce courrier était peu volumineux, et principalement le fait de personnes âgées. En annonçant à l'antenne une adresse spécifique, postale et électronique, le médiateur apparaît comme l'interlocuteur privilégié des téléspectateurs, avec ses caractéristiques propres et une mission critique bien définie, ce qui transforme leur relation à la chaîne. Par ailleurs, l'usage croissant de la messagerie électronique dans la société française coïncide avec l'instauration du médiateur et permet à des téléspectateurs plus jeunes, mieux diplômés et professionnellement actifs, de s'adresser à cet intervenant d'un genre nouveau. Le nombre de messages qu'il reçoit ne cesse d'augmenter : 4 000 lettres et 5 000 courriers électronique en 1999, 3 000 lettres et 20 000 courriels en 2001, 4 500 lettres et 36 000 courriels en 2002¹³.

Entre 1999 et 2001, sur les 995 messages étudiés¹⁴, nous avons pu déterminer la profession de 200 de leurs auteurs. Un cinquième seulement des correspondants annonce spontanément sa profession, ses titres scolaires ou sa position sociale. L'intervention auprès du médiateur serait donc perçue comme un droit également partagé entre tous les membres du public, selon la logique démocratique dominante, comme si la « simple qualité de téléspectateur » des journaux télévisés de France 2 était suffisante pour légitimer la prise de parole. Très peu de correspondants (une douzaine) mettent en avant leur condition de contribuable assujéti à la redevance, mais beaucoup font référence aux « missions du service public » de la chaîne.

Cependant, cette perception spontanée d'un accès libre et direct au médiateur masque d'importantes disparités sociales quant au courrier qui lui est effectivement adressé. Si une grande variété de professions est représentée dans le corpus étudié, la grande majorité des correspondants (l'étude du niveau de langage des messages le confirme) est issue des « classes moyennes et supérieures », les classes populaires s'exprimant beaucoup plus rarement. Ainsi, sur les 200 professions identifiées, relève-t-on 34 enseignants, 24 étudiants ou lycéens, 10 ingénieurs, une dizaine d'informaticiens, 12 universitaires ou chercheurs, 5 médecins, quelques autres professions intellectuelles. Outre 4 gendarmes et 3 fonctionnaires (sans autre précision), on compte une trentaine de professions techniques, de la santé ou d'encadrement, une dizaine de professions indépendantes. Le groupe le moins nombreux concerne les employés et les ouvriers (une douzaine en tout). On relève enfin on relève la présence d'un ou deux chômeurs qui ne précisent pas leur métier d'origine.

¹³ Ce volume croissant du courrier pose d'ailleurs aujourd'hui le problème de l'impossible lecture par le médiateur de tous les messages qui lui sont adressés.

¹⁴ Correspondant à la totalité des messages reçus aussi bien par e-mail que par la poste durant les mois de janvier de ces trois années.

Pour les membres des couches populaires, le médiateur apparaît sans doute comme un journaliste qui représente l'institution, « parle bien » à la télévision, interroge d'autres journalistes comme les membres invités du public, qui sont eux aussi « sommés » de s'expliquer, d'argumenter en direct. L'épreuve n'est pas à la portée de tous. D'ailleurs, Didier Epelbaum et son successeur – Jean-Claude Allanic – témoignent des fréquentes réticences des personnes qu'ils tentent d'inviter sur le plateau de *L'Hebdo du médiateur*. Le dispositif de l'émission (un débat en direct en plateau ou en duplex), tout comme le mode de réception des messages (messagerie électronique ou courrier, absence du téléphone, plus spontané et direct) découragent très certainement les individus pourvus d'un faible capital culturel. Ce dispositif redouble sans doute le sentiment que le milieu journalistique est proche du monde intellectuel et qu'il faut être particulièrement « armé » pour y pénétrer et y faire valoir ses opinions. D'autant plus que les registres de l'indignation, de l'émotion ou de l'intuition, plus en phase avec l'*ethos* de classe populaire, sont, en ce qui concerne les informations, rapidement disqualifiés à France Télévisions qui préfère mettre en avant l'argumentation raisonnée. Cette situation d'exclusion de fait favorise la mise en avant de porte-parole très souvent autodésignés : si les médias participent à la constitution de « problèmes publics », les membres des différents groupes sociaux qui sont désignés comme faisant partie de ces « problèmes » ne sont pas toujours préalablement structurés en groupes d'intérêt, ni même organisés. Alors que dans le cas d'un conflit social les messages envoyés au médiateur rendent compte d'une parole collective, relayée par des représentants syndicaux ou des grévistes particulièrement engagés, les thèmes médiatiquement construits, comme, par exemple, celui des violences urbaines ou de l'insécurité ne sont pas collectivement portés par les premiers intéressés (en particulier les habitants des quartiers), mais par des agents sociaux qui ont des intérêts directs à l'existence de cette problématique (Sedel, 2003).

Ainsi, sur ce thème dont les journaux de France 2 se sont fait largement l'écho durant les trois années de notre étude, le médiateur a-t-il pu recevoir un courrier très divers mêlant des témoignages d'habitants ou de voisins de cités sensibles, d'enseignants et d'animateurs sociaux travaillant dans ces quartiers, comme de personnes de différentes origines ou opinions qui n'avaient aucun lien direct avec les banlieues populaires. Les personnes invitées à s'exprimer sur le plateau du médiateur ont été représentatives non pas des différents acteurs du problème, mais des différentes opinions sur ce problème, tel qu'il a été médiatiquement constitué. Sur les douze éditions de *L'Hebdo du médiateur* ayant abordé ce sujet entre 1998 et 2001, seules trois personnes invitées avaient effectivement grandi dans ces quartiers populaires et auraient pu être perçues comme des porte-parole, mais toutes avaient des caractéristiques particulières : deux jeunes responsables d'une association de quartier subventionnée par la mairie et qui avaient saisi cette voie de promotion sociale interne, un jeune homme qui avait choisi une voie de promotion externe en s'engageant dans l'armée et en devenant sous-officier. Ces trois personnes avaient acquis les ressources sociales et culturelles suffisantes pour produire un discours argumenté sur la violence des jeunes de cité tout en étant structurellement

intéressés à la dénoncer, ces dispositions étant particulièrement adaptées au dispositif de débat du médiateur. Il y a là un processus d'euphémisation tel que le décrit Pierre Bourdieu (1984 : 138), le cas extrême étant le silence des jeunes habitants en révolte qui préfèrent s'exprimer directement par des actes de violence ou d'incivilité, et qui considèrent les journalistes et le système d'information médiatique comme des adversaires, des institutions répressives au même titre que la police ou la justice.

Les classes moyennes et supérieures, correspondant aux CSP+ de l'institut Médiamétrie (qui reprend les catégories 2, 3 et 4 de l'Insee : artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures, professions intermédiaires, soit un total de 10 millions de personnes sur une population active de 25 millions¹⁵) sont les mieux dotées pour intervenir dans l'espace médiatique offert par le médiateur. Non seulement parce qu'elles disposent de ressources culturelles suffisantes pour argumenter dans le débat, mais parce que *L'Hebdo du médiateur* est tout entier construit selon des catégories représentatives et morales qui leur sont familières (écoute de l'autre, mesure en toute chose, rationalité, esprit de responsabilité). Par exemple, les nombreuses interventions de parents qui s'offusquent de la « violence des images » que peuvent voir leurs enfants lors du journal télévisé est révélatrice de ce rapport normatif à l'éthique journalistique. La durée relativement courte de l'émission, son dispositif structuré en questions/réponses entre journalistes et téléspectateurs conduisent à ne pas approfondir les problématiques et à donner l'illusion que la confrontation des points de vue suffit à réaliser un débat objectif, l'impartialité étant souvent confondue avec la neutralité ou le simple équilibre de points de vue contradictoires. La recherche du consensus, ou du moins la conviction qu'un consensus est possible (comme le présuppose le dispositif même de l'émission du médiateur) sont considérées comme plus importantes que la révélation des faits ou l'examen critique de l'argumentation des différents points de vue. Cette valeur correspond plus particulièrement à la position des classes moyennes qui sont relativement enclines à minorer les tensions sociales et les plus intéressées à une résolution pacifique des conflits, garante de leur sécurité matérielle. Par exemple, on peut retrouver une manifestation de cette disposition dans l'étude du Cévipof¹⁶, présentée en juillet 2002, sur le premier tour de l'élection présidentielle de cette année : les ouvriers et employés ont été les CSP qui ont le plus massivement exprimé un vote protestataire¹⁷.

Ce premier type de sélection (seuls les membres du public susceptibles d'attendre un bénéfice quelconque de leur prise de parole s'engagent dans une relation avec le médiateur), est accompagné d'un deuxième, plus direct, avec des arguments plus

¹⁵ Chiffres Insee, recensement 1999. L'expression CSP + dissimule sous son élitisme apparent les 2/5^e de la population française.

¹⁶ *Panel électoral français 2002. Premiers résultats*, CEVIPOF/CEDISP/CECOP, conférence de presse du 11/07/02, disponible sur le site internet de la Sofres.

¹⁷ 23 % de la classe populaire ont voté pour J.-M. Le Pen, 16 % pour A. Laguille ou O. Besancenot. J. Chirac et L. Jospin ne viennent qu'en 3^e et 4^e positions (15 % et 13 %).

techniques. En effet, le fait que la médiation s'effectue principalement sous la forme d'une émission de télévision implique que *L'Hebdo du médiateur* reste soumis aux contraintes que les téléspectateurs désirent pourtant parfois dénoncer : manque de moyens en temps et en budget, conditions techniques et économiques d'une émission de plateau réalisée en direct et surtout contraintes narratives propres au média télévisuel (rythme des débats, nécessaire illustration de la parole, stéréotypisation des antagonismes, etc.). Ainsi le médiateur sélectionne-t-il ses invités sur un mode intuitif plus que systématique, dans l'urgence de la préparation de l'émission. L'émission ayant lieu le samedi, sa préparation commence le mardi. Les deux premiers jours, le médiateur lit le courrier et choisit le ou les thèmes de l'émission. Le jeudi, il téléphone à quelques personnes dont il a relevé la pertinence du message et leur propose de participer à l'émission après s'être assuré « qu'ils s'expriment bien ». Les gens « un peu acharnés », les « excités » sont immédiatement écartés. Par manque de temps, le choix des invités se fait ainsi de manière rapide, « au *feeling* », ce qui est le moyen le plus sûr de reproduire les critères de discrimination dominants dans le champ journalistique, de se conformer de manière non réflexive à l'*habitus* journalistique, voire aux présupposés personnels du médiateur lui-même. Le traitement du courrier reçu par le médiateur est avant tout journalistique, et fait principalement appel aux schèmes de la profession. Si des membres des catégories sociales les plus populaires parviennent à écrire au médiateur, ils n'ont guère de chance d'être sélectionnés, car le médiateur « doit réussir son émission » et procède à une sélection fondée sur la facilité d'expression, renforçant ainsi l'effet de fermeture du champ médiatique : cette contrainte du média intériorisée par le médiateur achève sans doute de convaincre les personnes maniant difficilement le langage que ce type d'émission n'est pas pour elles et qu'écrire au médiateur est inutile.

Un troisième type de sélection, proche de l'autocensure, concerne enfin la nature des messages adressés au médiateur. En effet, une faible proportion des messages reçus par le médiateur fait état d'une information non traitée par les journaux télévisés, ce qui confirme l'effet très important d'*agenda setting* du système médiatique. Alors que les contestations de la hiérarchisation de l'information sont fréquentes, tout comme le manque d'approfondissement des sujets, les remarques sur une information absente sont rares : une quarantaine de messages sur 995. Pour moitié, ils concernent des grandes questions humanitaires ou géopolitiques (Congo, Tchétchénie ou « Francafrrique »), pour l'autre moitié, il s'agit de questions directement liées à la vie du correspondant (Dom-Tom, grèves, faits divers). Hormis les rares cas où les correspondants sont directement témoins de ce qu'ils considèrent comme un événement, il s'avère impossible de juger de la qualité de la couverture d'un média... sauf à recourir à d'autres médias. Ainsi le courrier reçu par le médiateur peut-il faire l'objet d'un classement par thème qui correspond aux grandes rubriques du journal télévisé et en respecte la hiérarchie. Les problèmes de société et l'étranger dominent ce courrier, ce qui correspond à la place de ces sujets dans le cours du journal comme au temps d'antenne qui leur est consacré, tandis que les rubriques culturelles ou scientifiques, pourtant régulièrement présentes, mais

moins bien exposées par le déroulement du journal et traitées sur un ton plus léger, sont très peu abordées par les téléspectateurs. De la sorte, le courrier révèle une intériorisation par les publics des normes hiérarchiques et des choix informatifs de la rédaction. Même si des téléspectateurs peuvent estimer que les informations ne sont pas complètes, peu le font savoir au médiateur, la majorité préférant intervenir sur les thèmes déjà médiatiquement constitués.

Non seulement le journal télévisé, tout en donnant certaines informations, fait écran à d'autres réalités, mais il impose également un cadre de référence, de perception et d'appréhension des réalités qui est aussi une grille cognitive et morale dont il est difficile de se défaire. Par exemple, les critiques du traitement de l'affaire Clinton-Levinski, celles émises à propos de la mort de la princesse Diana révèlent un certain consensus pour qualifier ce type d'information de dérive, mais ces manquements visibles au sérieux et à l'éthique journalistiques, leur dénonciation facile et parfois contrite, renforcent le sentiment de la validité et de l'efficacité du système médiatique « quand il fonctionne correctement ». Le schéma général de la mise en forme contemporaine du discours d'information médiatique, son « cadrage », sont implicitement acceptés comme un socle commun de discussion par tous ceux qui écrivent au médiateur et, par là, souhaitent intervenir dans l'espace de la rédaction. Instance de recours qui réutilise les catégories morales et le vocabulaire du corps journalistique sans mettre en question leur légitimité, *L'Hebdo du médiateur* exclut de fait tous les agents ou toutes les formes de revendications qui critiqueraient les reportages télévisés à partir d'autres catégories d'analyse que celles des procédures journalistiques dominantes¹⁸.

Les réactions des journalistes face à la médiation

En dépit de certaines limites, la médiation permet un rapport renouvelé entre les journalistes et le public des informations télévisées. Par son truchement, le public fait irruption dans la rédaction, remettant en cause les images implicites que les journalistes s'en font, images toujours floues, composées d'un ensemble de présupposés sur le téléspectateur moyen, de connaissances partielles, élaborées lors de rencontres sur le terrain ou à travers leurs cercles de sociabilité, de courbes audimétriques parfois déclinées en « cibles », de bribes de rapports du service des études des chaînes, etc. Le caractère public de ces interventions de téléspectateurs n'a pu laisser indifférents les journalistes de France 2. Dans un premier temps, les rédacteurs – qui avaient été invités à la réflexion sur la création de la médiation – ont considéré avec méfiance *L'Hebdo du médiateur*, cette réticence étant souvent fonction de leur situation dans la hiérarchie et de leur ancienneté, ou encore de leur formation initiale. Les présentateurs – très exposés à la sanction médiométrique –

¹⁸ Voir à ce propos le livre polémique de D. Schneidermann (*Du journalisme après Bourdieu*, Paris, Fayard, 1999) qui réclame pour les journalistes « un traitement médiatiquement équitable ».

ont d'abord craint cette autocritique publique, argumentant pour certains que « ce n'était pas au serveur de critiquer la cuisine de son propre restaurant »¹⁹. Les rédacteurs les plus jeunes ont souvent perçu le médiateur comme une autorité détenant un pouvoir de sanction d'autant plus redoutable qu'ils étaient en début de carrière et devaient encore « faire leurs preuves ». Certains chefs de service, sans se déclarer opposés à la médiation, se sont montrés prudents devant l'initiative impulsée par la direction. Si certains rédacteurs contestent le principe même du médiateur, la critique la plus fréquemment avancée était la « faible représentativité » du courrier des téléspectateurs, qui limiterait en conséquence la légitimité de la médiation. Trois témoignages vont dans ce sens : « Il faut arrêter de penser qu'il n'y a pas de contrôle, qu'on ne fait pas attention, évidemment on fait des erreurs, il y a des choses qui passent à travers les contraintes de contingences techniques [...]. Il y a des choses que l'on peut difficilement dire, on peut se le dire entre nous, mais c'est vrai que ce ne sont pas des arguments solides devant le téléspectateur. Il est difficile d'avouer qu' "on n'a pas traité ce sujet car on n'avait pas de caméra" [...]. Les téléspectateurs en font un jugement moral, et le médiateur se fait le relais de ce genre de jugement ! Or, quand je vois le journal, j'ai moi aussi mon avis et je ne prends pas la plume... Les spectateurs ne sont que des subjectivités, et chacun reçoit l'information avec sa propre sensibilité. [...]. Il y a une distance énorme à avoir par rapport à l'avis des téléspectateurs. Ce n'est pas très intéressant. Il faut faire attention au téléspectateur, il faut lui témoigner du respect. Mais le respect ne passe pas par l'écoute de ce que les gens ont à dire sur la télévision, sinon on n'a pas fini » (Rédacteur, la trentaine, khâgne à Paris, IEP Bordeaux, école de journalisme) ; « Ce que je pense sur le comportement du téléspectateur qui écrit au médiateur, qui est un certain type de téléspectateur, c'est des gens qui regardent beaucoup la télévision, qui sont très devant la télévision mais qui aiment bien aussi critiquer et s'en prendre à la télévision qui ne traite jamais les choses comme il faut, des gens qui sont très exigeants, qui ne sont pas toujours conscients de nos contraintes... En leur donnant la parole et de l'importance à leurs critiques, on cautionne parfois des critiques un peu gratuites, on cautionne ça, alors chacun pense ce qu'il veut, mais c'est donner beaucoup d'importance aux gens qui critiquent et pas forcément à ceux qui savent prendre de la distance par rapport aux informations qu'on leur donne, et qui vont pas s'amuser à taper sur l'ordinateur ou téléphoner pour critiquer telle chose ou telle chose » (Chef de service, 35 ans, licence de droit et école de journalisme) ; « Quand je m'occupais d'éducation, il y avait très souvent des retours. Parce que les profs, ils savent écrire ! Il y a plein de gens qui ne connaissent pas l'outil, ils n'osent pas. Les profs, ils ont le temps, ils aiment bien critiquer, donc ils écrivent tout le temps ! Le matin sur France Inter à «Radiocom c'est vous», il y a à chaque fois un tiers d'enseignants »²⁰ (Jeune rédactrice, khâgne à Lyon, licence de lettres modernes, école de journalisme).

¹⁹ Propos rapportés d'une présentatrice.

²⁰ La surreprésentation des enseignants est réelle en ce qui concerne les correspondants du médiateur de France 2 : 23 % des messages dont l'auteur est identifié, alors qu'ils représentent une population active de 5,2 %. Mais ne faut-il pas également voir dans ce sentiment souvent exprimé par les journalistes une manifestation de l'antagonisme entre deux professions en concurrence pour « l'édification des masses » ?

Dès le départ, d'autres journalistes, plus âgés, marqués par les combats passés en faveur de l'indépendance de la rédaction par rapport au pouvoir politique et attachés aux « missions de service public », ont soutenu le médiateur et son émission, perçus comme des alliés objectifs dans le rapport de force avec une hiérarchie toujours suspecte de vouloir réaliser avant tout des objectifs d'audience. La médiation est ainsi considérée comme un moyen de remettre en cause la routine de certains collègues, d'augmenter le degré d'exigence éthique de la rédaction : « Moi, je pense que les journalistes, cela leur fait beaucoup de bien d'être remis en cause. Quand ils font des discours, ils sont tous pour la mise en cause mais quand il s'agit de passer aux actes, ils ont quand même très fortement tendance à penser qu'ils ne se trompent jamais. Or, ce n'est pas le cas, évidemment. Cela leur fait beaucoup de bien de se faire « secouer » de temps en temps par les téléspectateurs. Parce qu'il y a certaines choses que l'on peut se dire entre nous, que certains n'entendent pas, là, ils sont obligés de l'entendre, parce qu'il y a une répercussion à l'antenne » (Chef de service, 55 ans, École Normale).

Après une période de méfiance envers la médiation, correspondant aux premiers mois de l'émission, la plupart des journalistes ont cependant vite compris que le dispositif de *L'Hebdo du médiateur* leur était globalement favorable. Ils demandent au médiateur de leur transmettre le courrier critique et préparent leur « défense » avec soin, disposant ainsi d'un avantage sur les téléspectateurs invités. Certains n'hésitent pas à utiliser certaines « ficelles du métier »²¹. Professionnels de la parole, habitués aux caméras et aux plateaux, ils sont sur leur terrain, face à des téléspectateurs parfois intimidés par le direct ou déstabilisés par le procédé technique du duplex où l'on parle à une caméra sans voir ses interlocuteurs. Une rédactrice rapporte avec une certaine gêne son expérience d'un débat avec des téléspectateurs qui contestaient en duplex son traitement des « bizutages » à l'École nationale supérieure des arts et métiers : « Là où le débat démocratique était complètement formel, c'est qu'ils avaient l'air de "Mimile" dans leur canapé au salon. En sortant, tout le monde [les autres journalistes] m'a dit "tu les as bien enfoncés" mais j'ai rien eu à faire... Ils portaient mal leur parole, enfoncés dans leur canapé, à lire leur communiqué. La télévision, c'est aussi une question de forme. Moi, j'étais sur le plateau, bien assise, bien maquillée... » (Rédactrice, khâgne à Lyon, licence de lettres modernes, école de journalisme).

Assez rapidement, les journalistes mettent en avant leur professionnalisme pour marquer leur distance vis-à-vis des téléspectateurs et couper court aux critiques de fond. Si des erreurs ponctuelles peuvent être reconnues, ils tendent à faire corps pour justifier leurs conditions d'exercice et leurs contraintes méthodologiques. Leurs arguments déontologiques sont des instruments de légitimation puissants, comme,

²¹ Comme, par exemple, brandir à l'écran une « pièce à conviction » : lors de *L'Hebdo du médiateur* du 18/03/00, un journaliste montre à l'écran une facture de Carte Bleue pour asseoir sa démonstration ; le 16/09/00, un autre ouvre un dictionnaire devant la caméra pour tenter de prouver que le mot « palabre » n'est pas péjoratif.

par exemple, une certaine « éthique de la responsabilité » qui permet aux journalistes de défendre une approche prescriptive de l'information, comme le montre le soutien des médias à la récente campagne de prévention routière ou, sur un tout autre registre, le traitement de la candidature de Jean-Marie Le Pen entre les deux tours de l'élection présidentielle de 2002. Se considérant comme mieux informés que le public sur les tenants et aboutissants des problèmes sociaux ou internationaux, les jeunes journalistes de la chaîne, très diplômés, issus généralement d'un milieu aisé, ont parfois tendance à présenter la réalité de façon à guider les citoyens en structurant les problématiques selon la conception qu'ils se font de l'intérêt général. Ainsi, bien que cela ne soit pas l'objectif de ses animateurs, *L'Hebdo du médiateur* devient-il progressivement une tribune où les journalistes viennent justifier leurs pratiques par leurs contraintes et esquisser une théorisation de leur fonction²².

Face au rapport structurellement déséquilibré entre membres du public et journalistes, Didier Epelbaum a privilégié l'expression des téléspectateurs, leur laissant le temps de parler longuement à l'antenne. Très attaché à la mission culturelle et citoyenne du service public, il met en avant dans son émission comme dans la *Lettre du médiateur*, diffusée en interne, les remarques et critiques qui s'appuient sur une exigence de « qualité, hiérarchie de l'information, profondeur, pluralisme, neutralité et ouverture sur le monde et la culture »²³. S'appuyant sur ces valeurs, le médiateur n'hésite pas à reconnaître à l'antenne les torts de la rédaction, s'attirant d'ailleurs parfois de solides inimitiés en son sein²⁴. Lorsqu'en juillet 2000, Didier Epelbaum quitte, comme prévu, son poste après un mandat de deux ans, les relations sont devenues trop tendues pour qu'il lui soit possible de réintégrer la rédaction ; il est alors chargé par le directeur de France Télévisions de la rédaction de la Charte de l'antenne, qui consistera à rassembler et préciser les textes réglementaires régissant l'information télévisée et les droits des téléspectateurs. Son successeur sera choisi par la rédaction sur un profil bien différent de celui du premier médiateur.

²² Voir par exemple, l'émission du 22 avril 2000, où une journaliste témoigne des conditions de son enquête sur une « bavure policière » dans un quartier populaire de Lille et des troubles qui en ont suivi. Elle conclut : « Les jeunes qui sont là, dans la rue, disent qu'ils défendent une cause, mais laquelle ? Je pense que tout cela est le témoignage d'un repli communautaire et que, au-delà du rituel de ces émeutes, c'est un peu ça qui, à mon avis, est inquiétant, car cela ne leur laisse aucune chance ».

²³ Cf. *Lettre du médiateur*, 05/02/99 ; *Lettre du médiateur*, 08/12/99.

²⁴ Par exemple, les animateurs de l'émission *Envoyé spécial* lui ont reproché d'avoir critiqué publiquement un reportage sur le « syndrome de Munchausen » (une névrose qui conduit des mères à l'infanticide) qui, diffusé en novembre 1999, avait pourtant suscité une soixantaine de messages de protestation de la part des téléspectateurs et de nombreuses critiques dans la presse écrite et télévisuelle.

Le second médiateur et l'institutionnalisation de la fonction

Parmi les candidats au poste de médiateur, trois sont sélectionnés par un collège rassemblant les syndicats et la Société des journalistes de France 2, le PDG de France Télévisions faisant ensuite son choix parmi ces trois personnes. Significativement, les candidatures marquant le plus de proximité avec le monde intellectuel et universitaire ont été écartées au profit de professionnels objectivement plus proches des rédacteurs. Jean-Claude Allanic, 57 ans, a été retenu, conformément à la tendance internationale qui est de confier la fonction d'*ombudsman* à des journalistes vétérans, issus de leur propre organe de presse (Ferreira Maia, 2003). Diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris, ayant fait ses débuts au service de politique étrangère du journal *L'Humanité*, il se spécialise dans les questions de consommation (*50 millions de consommateurs*) et rédige plusieurs livres sur ce thème, prenant ses distances avec les questions politiques. Pendant plusieurs années, il présente quotidiennement *C'est la vie* sur Antenne 2 (un rapide « flash » d'informations, suivi d'une partie magazine centrée sur les problèmes de la vie quotidienne évoqués par les téléspectateurs par courrier, puis Minitel). Il devient ensuite rédacteur en chef adjoint du *13 heures*, de *Télématin*, enfin chef du service « Sciences et techniques ». Se disant peu attiré par les questions politiques, il est cependant attaché aux valeurs éthiques du journalisme : il s'est investi dans la Société des journalistes de France 2 et dans le CLEMI, le Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information, organisme qui cherche à introduire une lecture critique des médias dans les collèges et lycées. Il déclare avoir postulé à la fonction de médiateur pour « replonger dans les débats du métier » et « retrouver une émission, être responsable de quelque chose »²⁵.

Jean-Claude Allanic reprend l'essentiel du dispositif inauguré par Didier Epelbaum en insistant sur la dimension de conciliation entre journalistes et publics. Il se veut « l'écho de ses critiques et organise le dialogue entre les téléspectateurs invités et les journalistes ou les responsables de la rédaction »²⁶. Il augmente le nombre de sujets traités et réduit les temps d'intervention des téléspectateurs, la part d'enquête, d'instruction des dossiers, ce qui donne à *L'Hebdo du médiateur* un rythme semblable aux autres émissions de télévision qui sont souvent construites sur la simple confrontation des opinions. Ce nouveau style favorise plus encore l'expression du point de vue des journalistes, mieux préparés que les téléspectateurs à un débat dans lequel le médiateur reste souvent neutre, si bien que l'émission se voit reprocher par des téléspectateurs de céder à l'autojustification. Dans le même

²⁵ Entretien avec J.-Cl. Allanic, mai 2000.

²⁶ Ce changement d'approche est visible à travers le nouveau générique de l'émission choisi par Jean-Claude Allanic où deux silhouettes se rapprochent pour se serrer la main, dessinant le « M » de « médiateur ».

temps, devant le manque d'émissions de débats à la télévision, *L'Hebdo* privilégie progressivement l'expression de points de vue, la prédication opinante, au détriment de l'intervention critique qui remet en cause le traitement de l'actualité sur un registre purement déontologique²⁷.

Les thèmes des émissions deviennent plus hétérogènes, depuis la question de la torture en Algérie ou le traitement du conflit au Proche-Orient jusqu'à des sujets plus légers comme l'astrologie, un livre pornographique commenté à l'école, ou l'humour journalistique. Sa sélection des téléspectateurs invités privilégie les paroles vivantes et préajustées aux contraintes de l'entretien télévisé classique. D'emblée, il écarte les pétitions et toutes les formes de campagne collective, en définissant négativement l'image du téléspectateur critique légitime : celui-ci doit prendre la parole à titre individuel et non en tant que relais ou porte-parole d'une communauté organisée. Cette disqualification *a priori* pose bien sûr problème, car, outre la non reconnaissance de certaines formes d'expression socialement existantes, elle valorise des modes d'expression individuels, lesquels dissimulent la plupart du temps des mouvements collectifs ou de nature sociale. Donner une visibilité prioritaire à l'initiative individuelle en laissant ignorer qu'elle est souvent collectivement déterminée (de manière consciente ou inconsciente) ne contribue pas à une meilleure connaissance publique de la nature et du fonctionnement de la société. Cette priorité donnée à la parole individuelle spontanée encourage également une approche tactique des *gate-keepers* de la sphère médiatique par ceux qui désirent y pénétrer, et qui reformulent leur parole militante selon les canons sémantiques du média concerné. Ainsi a-t-on vu à *L'Hebdo du médiateur* de « simples enseignants » s'exprimer sans faire référence à leur responsabilité syndicale, de « simples retraités » défendre explicitement des idées d'extrême droite avec des arguments issus de l'intégrisme catholique, des parents d'élève membres d'association revendiquer tout apolitisme, etc. Toute parole militante est contrainte « d'avancer masquée », brouillant un peu plus les logiques politiques et sociales des positions et des prises de position, ce qui ne concourt pas, pour le téléspectateur non initié, à la compréhension réelle des problèmes exposés, de leurs enjeux et des rapports de forces²⁸. Même si le médiateur a parfois du mal à départager le courrier partisan du courrier spontané, il n'en opère pas moins, sous une apparente neutralité légitimée par un statut professionnel construit depuis le XIX^e siècle sur les notions largement mythifiées de liberté et d'objectivité, un contrôle très strict de l'accès à son émission, un contrôle effectivement politique, même s'il ne se présente pas comme tel.

²⁷ *L'Hebdo du médiateur* se rapproche en cela d'une émission comme *Les Auditeurs ont la parole* de RTL (Cardon, 1995 : 148).

²⁸ Ce refus de situer socialement les invités est une façon de les obliger à utiliser les concepts indigènes de la déontologie journalistique (objectivité, responsabilité, neutralité, équilibre, etc.) plutôt que d'opérer une montée en généralité en recourant à leur vocabulaire propre, qu'il soit politique, social ou encore spirituel.

Cependant, malgré une attitude plus prudente, les difficultés de Jean-Claude Allanic face à certains membres de la rédaction sont du même ordre que celles que Didier Epelbaum avait rencontrées. Il se heurte aux intérêts du puissant service des sports en novembre 2000, à propos des affaires de dopage dans le sport cycliste, puis affronte l'édition du *20 heures*, fin 2002, qui donne le sentiment de refuser de reconnaître ses erreurs déontologiques à propos de deux reportages sur la Corse et les Antilles réalisés depuis un point de vue trop exclusivement parisien ainsi que lors du traitement de « l'affaire Alègre » (beaucoup de téléspectateurs ont dénoncé la publicité faite à des rumeurs et à des témoignages invérifiables au mépris du secret de l'instruction tandis que la rédaction défendait un certain devoir de « réactivité »). Contesté par une partie de la rédaction, *L'Hebdo du médiateur* garde le soutien de la présidence de France Télévisions. Hormis le maintien de l'émission, ce soutien reste cependant essentiellement moral. Le médiateur n'a pas les moyens matériels et humains pour réaliser ses propres enquêtes, tourner des sujets sur le traitement de l'actualité par les télévisions étrangères comme il en avait le projet, exploiter rationnellement l'immense corpus sociologique que constitue le courrier des téléspectateurs. Satisfaite du fonctionnement actuel, qui lui suffit pour communiquer abondamment sur la transparence et le souci du public de la chaîne, la direction a récemment décidé de regrouper tous les médiateurs du groupe (informations et programmes) au même étage de la Maison de France Télévisions afin de renforcer la visibilité de la médiation. Si quelques moyens supplémentaires en personnel, encore très insuffisants, ont été affectés à la rentrée 2003 au médiateur de la rédaction, il est désormais isolé au 7^e étage alors qu'il était auparavant situé au cœur de la rédaction, au 3^e et 4^e étage. Cette marque d'institutionnalisation semble offrir une garantie de pérennité au médiateur, mais limite considérablement son effet symbolique sur les journalistes : les contacts quotidiens entre les rédacteurs et le médiateur ont été réduits et il devient plus rare pour ceux-ci de croiser dans les couloirs « l'interprète du public ».

Conclusion

Les deux médiateurs s'accordent pour constater un effet limité de la médiation sur la rédaction et rejoignent ainsi la littérature nord-américaine qui reconnaît aux *ombudsmen* une faible influence sur les pratiques (Bernier, 1998 ; Pritchard, 1993). Certes, la critique publique et les rappels à l'ordre ont contribué à éliminer un certain nombre de pratiques incorrectes : les faux directs, l'absence de signalisation des archives, l'utilisation de termes inadéquats (comme l'expression « franco-marocain » pour désigner un Français d'origine marocaine, l'amalgame entre « pédophile » et « homosexuel »). La médiation aura également encouragé la mise en place d'avertissements plus clairs de la part des présentateurs avant la diffusion d'images violentes et incité à être plus attentif aux questions de droit à l'image. Cependant, sur les questions de fond comme la place et le traitement des faits divers, l'utilisation des sondages et le traitement

des petits candidats en période électorale, le manque d'explications et de débats contradictoires sur les grands thèmes sociaux, la réduction de la politique aux prestations des grands *leaders* politiques, etc., la médiation a peu d'influence. Le traitement de l'information reste essentiellement sous le contrôle des responsables d'édition, contrôle à peine tempéré par le rapport de force (en conférence de rédaction ou de manière plus informelle) entre les journalistes qui considèrent la rapidité et le spectaculaire comme des composantes essentielles de l'information télévisée et ceux qui sont attachés à un traitement de l'actualité plus distancié et intègrent une dimension de responsabilité sociale spécifique au service public.

Les contraintes de la production du discours d'information médiatique sont redoublées par les schèmes de la réception. Pas plus que les journalistes, les téléspectateurs ne rentrent dans une « éthique de la discussion fondée en raison » chère à Jürgen Habermas (1999 : 118) : la majorité du courrier procède plutôt d'une démarche d'affirmation identitaire qui laisse peu de place aux arguments et vise avant tout à prendre place dans un débat préexistant, selon les schèmes dominants de la narration télévisuelle (dualisation des antagonismes, naturalisation des communautés, manichéisme en période de crise, présentation d'un ordre du monde comme allant de soi...).

L'autonomisation progressive du médiateur vis-à-vis de la rédaction, l'institutionnalisation de son espace d'expression critique publique, finalement peu contraignante, laissent penser que la fonction principale du médiateur est avant tout de construire l'image d'un public idéal, à l'image des tribunes de courrier des lecteurs de nombreux quotidiens et magazines (Arban, 2003 : 339-362) et de le conformer aux exigences du service public de télévision. Censé intervenir « au nom du public » dans la rédaction, le médiateur effectue en fait une opération d'ajustement entre le public et les exigences de l'information télévisée, sans remettre en cause le consensus actuel autour du « contrat d'information médiatique ». Au contraire, *L'Hebdo du médiateur*, en refusant de mettre au jour les mécanismes sociaux de l'accès à l'espace médiatique, met en place une nouvelle boucle de représentation qui, sous les apparences de la critique et de la remise en cause, conforte les schémas d'interprétation dominants. Ce n'est donc pas la rigueur ou la sévérité envers les journalistes (selon les préceptes d'une déontologie par ailleurs mal établie) qui manque au médiateur pour permettre une véritable prise de parole des téléspectateurs, mais le désir de les placer dans une position où ils ne seront plus seulement des téléspectateurs, mais des agents sociaux en concurrence pour l'accès à l'espace public médiatique. Comme les autres émissions de télévision critiques sur la télévision, *L'Hebdo du médiateur* montre la difficulté structurelle de rompre avec les postulats sur lesquels repose le système médiatique actuel, parmi lesquels ces deux croyances fondamentales : les événements sont des faits objectifs (et non des constructions sociales), toute réception de l'information est individuelle (et non collective et socialement déterminée). Donner la parole non pas à une image idéalisée du public mais à des membres du public réel, dans toutes leurs

dimensions sociales et politiques, laisser le temps à une parole non-journalistique de se développer, pourrait pourtant être un moyen de transformer le rapport médiatique et de donner plus de consistance, d'épaisseur sociale, de chair à la déontologie dont se réclame parfois la profession.

Références

- Arban G., 2003, « Des lecteurs aux publics. Les communautés de lecteurs et l'espace public de *Télérama* », pp. 339-362, in : Barril C., Carrel M., Guerrero J.-C., Marquez A., dirs, *Le public en action. Usages et limites de la notion d'espace public en sciences sociales*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Bernier M.-F., 1998, « L'autorégulation en Amérique du Nord », *Recherches en communication*, 9, pp. 45-70.
- Bourdieu P., 1974, « La censure », *Questions de sociologie*, Paris, Éd. de Minuit, 1984, pp. 138-142.
- Cardon D., 1995, « Comment se faire entendre ? Les prises de parole des auditeurs de RTL », *Politix*, 31, pp. 145-186.
- Champagne P., 2000, « Le médiateur entre deux Monde. Transformation du champ médiatique et gestion du capital journalistique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131-132, pp. 8-29.
- Du Roy A., 1992, *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste*, Paris, Flammarion.
- Epelbaum D., 1997, *Synthèse d'entretiens avec les journalistes du service « Politique étrangère »*, document interne de la rédaction de France 2, 4 pages photocopiées, févr.
- Ferreira Maia K. B., 2003, *Approche comparative de la fonction de médiateur de presse dans les quotidiens brésilien Folha de Sao Paulo et français Le Monde*, thèse en sciences de l'information et de la communication, université de Metz.
- Habermas J., 1983, *Morale et communication*, trad. de l'allemand par C. Bouchindhomme, Paris, Flammarion, 1999.
- Nauman A., 1994, *News Ombudsmanship : Its History and Rationale*, conférence au symposium « Press Regulation : How far as it come ? », Séoul, Corée.
- Pritchard D., 1993, « The impact of newspaper ombudsmen on journalists' attitudes », *Journalism Quarterly*, 70/1, pp. 77-86.
- Regourd S., 1999, « Télévisions publiques : des contraintes européennes aux conditions de rédemption », *Dossier de l'audiovisuel*, 87, pp. 13-14.
- Sedel J., 2004, à paraître, « Les mises en scène d'un quartier populaire en Ile-de-France », *Sociétés et représentations*.