

UNIVERSITÉ PAUL CÉZANNE - AIX-MARSEILLE III
FACULTÉ DE DROIT ET DE SCIENCE POLITIQUE D'AIX-MARSEILLE

**INSTITUT D'ÉTUDES ET DE RECHERCHES EN DROIT
DE LA COMMUNICATION**

**LE MÉDIATEUR DES PROGRAMMES DE
FRANCE TÉLÉVISIONS**

Rapport présenté par Aurélie CLARION

Sous la direction de M. Le Professeur Guy Drouot

LE MÉDIATEUR DANS LES MÉDIAS

Aix-en-Provence

2003-2004

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
INTRODUCTION	2
CHAPITRE I LA MISE EN PLACE DU STATUT DU MÉDIATEUR.....	4
SECTION 1- L’INSTAURATION DU MÉDIATEUR DES PROGRAMMES À FRANCE TÉLÉVISIONS.....	4
SECTION II - LE STATUT DISCUTABLE DU MÉDIATEUR DES PROGRAMMES	6
CHAPITRE II LE RÔLE D’INTERMÉDIAIRE DU MÉDIATEUR.....	10
SECTION 1- LA PRISE EN COMPTE DU TÉLÉSPECTATEUR.....	10
SECTION II – UNE ACTION MODÉRÉE.....	14
CONCLUSION.....	18
ANNEXES	20
BIBLIOGRAPHIE	28

INTRODUCTION

« Je ne sais pas vraiment ce qu'est une médiatrice, mais c'est l'un des seuls contacts que j'ai trouvé sur votre site », Stéphanie D. Ce message reflète en une phrase tout l'intérêt du rôle de la médiatrice des programmes de France Télévisions, qui représente effectivement le seul contact entre les chaînes publiques et les téléspectateurs.

La médiation, telle qu'elle se conçoit généralement, consiste à faciliter la régulation de tensions entre les personnes et favoriser l'émergence d'un accord entre les parties confrontées à un différend. Elle est définie par Jean-Louis Lascoux, Secrétaire général de l'Union National des Médiateurs, comme « un cadre avec des repères, comportant des règles de fonctionnement et de communication, un processus avec des étapes allant de l'identification des enjeux jusqu'à la formalisation d'un accord le plus satisfaisant pour les parties ».

La médiation implique l'intervention d'un tiers, le médiateur, qui exerce un rôle de relais de communication et favorise l'émergence d'un contexte favorable à la clarification des situations. Il n'est ni conseil, ni juge. Il intervient indépendamment des principes du droit, laissant aux parties le soin de s'informer sur l'état actuel de celui-ci et éventuellement de l'ordre public et des bonnes mœurs. Cependant, il convient de différencier certains médiateurs. Le Médiateur de la République et le Médiateur du cinéma, qualifiés d'Autorités administratives indépendantes, ont une place à part en raison du pouvoir d'injonction qui leur appartient mais en règle générale, les médiateurs ne disposent pas de pouvoirs si importants.

En matière de médias, le terme de médiation est utilisé pour décrire toutes sortes de comportements comme ceux du présentateur ou du journaliste qui lisent l'information au public. Mais la fonction de médiateur telle qu'elle se conçoit dans le domaine de l'audiovisuel se distingue des autres car il n'a pas pour mission de résoudre les conflits entre les personnes mais de faciliter l'accès du citoyen à l'information et de prévenir les litiges éventuels. Ce médiateur ne bénéficie pas du cadre institutionnel qui serait contraire à la liberté d'expression des professionnels de ce milieu.

Ainsi, au moment où la télévision accusait une baisse de crédibilité auprès du public, Catherine Trautmann, alors ministre de la Communication, décida sous l'initiative d'Albert du Roy, journaliste, de doter les chaînes publiques de Médiateurs. Il s'agit, actuellement, de Jean-Claude Allanic, successeur de Didier Epelbaum, médiateur de l'information sur France 2, Marie-Laure Augry, médiatrice de l'information sur France 3 et Geneviève Guicheney¹, médiatrice des programmes de France Télévisions.

Concernant le domaine de compétence de Geneviève Guicheney, quelques explications s'imposent. Elle a pour mission de répondre aux téléspectateurs déçus ou mécontents des programmes autres que les journaux télévisés, c'est à dire celui de 8 heures, 13 heures et 20 heures, et y compris les magazines d'informations tels que *Mots croisés*, *Complément d'enquête*, *Envoyé spécial* ou encore *100 minutes pour convaincre*. Elle est chargée de favoriser un échange entre le public et les responsables des programmes et de la rédaction afin de pallier les distances entre eux. Les autres chaînes n'ont pas encore opté pour ce système de médiation et par conséquent la fonction de médiatrice des programmes est unique. En effet, contrairement aux médiateurs de l'information qui s'occupent d'une chaîne propre, Geneviève Guicheney est seule à remplir cette fonction pour toutes les chaînes du groupe.

Cependant, au regard de sa situation de salariée, l'indépendance de la médiatrice par rapport à toute hiérarchie peut-elle être tout de même garantie? De plus, son action peut-elle avoir une réelle influence sur le choix et la programmation de certaines émissions ?

C'est cette singularité qui justifie l'intérêt de cette étude. C'est pourquoi après avoir analysé l'ambiguïté de son statut (chapitre I), il conviendra d'étudier son rôle et son influence (chapitre II).

¹ Annexes Photo

CHAPITRE I

LA MISE EN PLACE DU STATUT DU MÉDIATEUR

Depuis son instauration, France Télévisions est la seule entreprise de communication audiovisuelle à avoir utilisé les médiateurs afin d'établir un contact avec ses téléspectateurs. Cependant, alors que, depuis sa nomination, la médiatrice des programmes a trouvé sa place au sein des différents services (Section I), son statut paraît contestable (Section II).

SECTION 1- L'INSTAURATION DU MÉDIATEUR DES PROGRAMMES À FRANCE TÉLÉVISIONS

Après avoir montré l'évolution de la médiation au sein de France Télévisions (§1), il conviendra de s'attacher à la décision de la chaîne de confier cette responsabilité Madame Geneviève Guicheney (§2).

§1- La médiation à France Télévisions

A. L'instauration de la médiation

La confiance du public semble être l'unique critère susceptible de permettre la vérification du bon fonctionnement de l'échange qu'implique la notion de communication. Mais quels sont les moyens de la renforcer ? En 1998, le système du droit de réponse était déjà introduit par la loi du 3 juillet 1972 et est régi actuellement par la loi du 30 septembre 1986. Il est ouvert aux personnes physiques et morales mais ces conditions d'ouverture ont été définies de façon restrictive. L'instauration d'un nouveau moyen d'échanges paraissait inévitable au regard des critiques adressées aux chaînes publiques². M. Albert Du Roy, à l'époque Directeur général adjoint de France 2, chargé de la rédaction énonçait lors d'un groupe de travail qu'il était nécessaire de répondre non seulement aux attentes mais aussi aux besoins du public en fonction de l'audience et de l'exécution des missions de service public.

Ainsi, alors que la fonction de médiateur avait déjà été expérimentée dans *Le Monde*, Madame Catherine Trautmann, ministre de la communication, a, au cours d'une allocation du 9 avril 1998 au colloque « Liberté d'expression et droit des personnes », décidé de mettre en place des médiateurs dans les entreprises de l'audiovisuel public. Ceux-ci devaient se faire les interprètes des programmes auprès du public et les interprètes du public auprès des services des programmes. De ce fait, les chaînes du secteur public se sont dotées de médiateurs de la

² HUGOT (J.-P.), *État des lieux de la communication audiovisuelle, des progrès aux projets*, Les rapports du Sénat, Commission des affaires culturelles, 1998-1999, p. 45.

rédaction comme Jean-Claude Allanic et Marie-Laure Augry mais également d'une médiatrice des programmes avec Geneviève Guicheney. La direction de France Télévisions fut alors à l'origine d'une expérience sans précédent au sein du paysage audiovisuel européen, et n'a pas été rejointe sur ce terrain par d'autres entreprises de communication audiovisuelle.

B. L'évolution de la médiation

Depuis cinq ans, cette médiation a dû s'adapter aux changements et organiser un centre de contacts face à la multiplication des téléspectateurs qui ont recours à ce procédé. Au cours de l'année 2002, la médiatrice avait reçu 33 696 messages électroniques et 230 lettres. Ces chiffres vont en grandissant, notamment, grâce au développement de l'Internet. En effet, le développement de l'informatique et l'équipement des ménages en ordinateurs ne font que simplifier le besoin du téléspectateur de réagir à une émission puisque celui-ci peut le faire instantanément. D'où en 2002, la création sur le site Internet de France Télévisions d'un Espace téléspectateurs où ceux-ci peuvent directement faire appel au médiateur qui les intéresse. Ainsi, il existe aujourd'hui trois possibilités pour le téléspectateur de se mettre en relation avec les chaînes publiques : en contactant le centre d'appel de Poitiers, en écrivant au service « Relations téléspectateurs », et en saisissant le médiateur.

De plus, les trois médiateurs de France Télévisions sont maintenant regroupés dans une même structure, le Bureau des Médiateurs. Enfin, afin de concrétiser cette volonté d'autorégulation, un travail collectif mené sous la responsabilité de Didier Epelbaum, premier médiateur de l'information de France 2 a donné naissance à la Charte de l'antenne³ que les téléspectateurs peuvent consulter librement sur le site Internet. Selon Madame Guicheney⁴, « les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques et surtout cette Charte sont régulièrement cités pour étayer un propos, une critique ».

§2 – L'expérience professionnelle de Geneviève Guicheney

Pour cette première expérience en France, il convenait de s'orienter vers des personnes expérimentées dans ce domaine, afin de remplir au mieux leurs missions. La nomination de Geneviève Guicheney ne doit rien au hasard. Le parcours professionnel de cette dernière est

³ Annexe Charte de l'Antenne Chapitre I, partie 1.4 : *L'écoute du téléspectateur*.

⁴ Annexe Question n° 4

en effet très riche. Née en 1947, elle est journaliste et titulaire d'une licence d'anglais. Après des débuts professionnels dans l'enseignement et l'interprétariat, elle entre à la télévision en 1977. Présentatrice et rédactrice en chef-adjointe du *Soir 3* sur France 3 de 1978 à 1987, elle rejoint *RTL-Télévision* où elle dirige la rédaction et présente le journal. En Janvier 1989, Madame Guichenev est nommée membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel pour un mandat de 8 ans. Le 18 avril 1998, elle rejoint France Télévisions en tant que médiatrice pour les programmes.

Ainsi, il ne fait aucun doute que son parcours professionnel constitue un atout « à double titre », l'antenne et la régulation. En effet, « son regard de régulateur, lié à son expérience au CSA, lui apporte évidemment un plus dans la gestion des dossiers sur des questions de déontologie ou de réglementation. Sa double expérience lui permet d'insister, en connaissance de cause, auprès des responsables de l'antenne sur les obligations qu'ils doivent respecter ». Elle ajoute que, « même si son rôle n'est pas ici de faire respecter les textes, le fait de bien les connaître est un plus pour faire entendre la parole du téléspectateur ».

SECTION II - LE STATUT DISCUTABLE DU MÉDIATEUR DES PROGRAMMES

Ce statut, comparé à celui des autres médiateurs de France Télévisions présente des particularités (§1), mais celles-ci ne remettent pas en question l'habituelle critique de l'indépendance de ceux-ci au regard de son employeur (§2).

§1- Les caractères du statut du médiateur

A. Les spécificités du statut du médiateur

Ces spécificités concernant la nomination et la position dans la hiérarchie s'expliquent par le champ de compétences des différents médiateurs. En effet, les médiateurs des rédactions sont attachés à l'information d'une seule des chaînes publiques, soit France 2, soit France 3, soit France 5 alors que Mme Guichenev s'occupe de tous les programmes, autres que ceux d'information, de toutes les chaînes du groupe France Télévisions. Ainsi, Les domaines de compétence des médiateurs de France Télévisions n'étant pas les mêmes, leurs statuts se différencient sur quelques points.

Tous les médiateurs sont nommés par le Président de France Télévisions, après appel à candidature. Cette dernière est différente selon leur domaine de compétence. En effet, les

médiateurs des rédactions sont nommés selon une procédure de sélection propre à chaque chaîne alors que la médiatrice des programmes est nommée sur proposition du conseil d'administration de France Télévisions.

De plus, ils sont tous placés sous la responsabilité directe du Président du groupe. Cependant, alors que les médiateurs des rédactions sont rattachés administrativement au Directeur général de la chaîne concernée pour la durée de leur mandat. La médiatrice des programmes est rattachée administrativement au Directeur général de France Télévisions, également pour toute la durée de son mandat.

En ce qui concerne la saisine des médiateurs, celle-ci est également différente selon les deux types de médiateurs. En effet, les médiateurs des rédactions agissent en première instance alors que la médiatrice des programmes agit en deuxième instance. Ce système est inspiré de la médiation exercée sur la chaîne britannique, la BBC. En effet, dans ce cas, il s'agit de permettre aux responsables de programmes concernés de s'expliquer en premier sur leurs intentions, sur les remarques qui sont faites à propos du programme dont ils ont la responsabilité. La médiatrice ne se substitue pas à eux pour expliquer leur choix. Si la réponse qu'ils donnent ne satisfait pas les téléspectateurs qui les ont sollicités, ils peuvent alors saisir la médiatrice.

B. Les points communs avec les autres médiateurs de France Télévisions

En ce qui concerne tous les médiateurs de France Télévisions, ils ont en commun d'être inamovibles et nommés pour 3 ans renouvelables. Leurs successeurs sont alors nommés trois mois avant la fin de leur mandat et les médiateurs sont réintégrés dans le groupe dans une fonction au moins équivalente à celle exercée auparavant. Ils n'interviennent jamais a priori, mais a posteriori, lorsqu'ils sont saisis par écrit et ils ne donnent pas suite aux courriers ou messages électroniques anonymes.

Les médiateurs restent étrangers aux choix éditoriaux des responsables des chaînes. En effet, ils n'interviennent jamais dans le choix, la préparation ou l'élaboration des journaux, des magazines ou de tout autre programme. Enfin et sans doute le plus important, le statut des médiateurs énonce l'indépendance de toute hiérarchie de leur part. L'indépendance est

caractéristique de la qualification de médiateur en général, cependant celle-ci est souvent critiquée.

§2- Une médiation contestée

A. Le médiateur : une tierce personne ?

Le médiateur peut se définir comme « un tiers neutre, indépendant et sans autre pouvoir que l'autorité que lui reconnaissent les partenaires à la médiation qui l'auront choisi ou reconnu librement »⁵. À partir de cette définition, le médiateur de l'audiovisuel peut-il être qualifié comme tel ? Ceci est discutable au regard du faible caractère de tierce personne que revêt la médiatrice des programmes⁶. En effet, il est possible de remettre en cause le fait que la médiatrice intervienne en tant que tiers entre les deux parties, c'est à dire le téléspectateur mécontent et le responsable du programme ou indirectement la chaîne. Comme on a pu le constater, les personnes occupant cette fonction sont issues du milieu journalistique et sont rattachées au service public de la télévision. Ainsi, ils ne peuvent pas être tiers dans cette relation. Or, il semble que l'efficacité de la médiation ne puisse pas être remise en cause par ce critère puisque sans cette expérience professionnelle, la médiatrice ne serait pas crédible aux yeux des professionnels de l'audiovisuel avec lesquels elle travaille.

Cette relation entre médiateurs et professionnels est très importante. Afin de la maintenir, il faut que le champ d'investigation de la médiatrice, qu'elle exerce lors de la constitution de sa réponse, soit strictement délimité afin de ne pas remettre en cause la liberté d'expression des journalistes. Ainsi, il apparaît qu'en matière de médias, la notion de tiers doit être abandonnée. Celle-ci est acceptable qu'à une seule condition : chaque médiateur doit être doté de moyens techniques et humains autonomes et par conséquent, soustraits à la hiérarchie.

B. Le médiateur : un organe indépendant ?

Un autre critère important est l'indépendance qui fait de sa fonction toute sa spécificité. Or, celle-ci paraît contestable. En effet, il convient de rappeler que la médiatrice est nommée par le Président de France Télévisions sur proposition du conseil d'administration et que son

⁵ GUILLAUME-HOFNUNG (M.), *La médiation hors du champ administratif - son avenir*, RFAP, 1992, n° 64, p. 651.

⁶ FAVRO (K.), *Téléspectateur et message audiovisuel*, Paris, LGDJ, 2001, p. 447.

mandat de trois ans est renouvelable que par la volonté du Président lui même. De ce fait, il est évident qu'il existe un véritable lien de subordination entre la médiatrice et la direction du groupe.

De plus, la contestation légitime de la dépendance de la médiatrice semble inévitable au regard de l'absence d'indépendance financière. En effet, dès lors qu'elle est salariée de France Télévisions, la présomption de salariat posée par l'article 93-2 de la loi n°82-652 du 29 juillet 1982 a pour conséquence de maintenir le lien de subordination de la médiatrice au sein de l'entreprise de communication audiovisuelle. De ce même lien, il résulte la responsabilité de l'entreprise sur les agissements de la médiatrice.

Cependant, Geneviève Guicheney est soumise à une « lettre de mission » dans laquelle il est précisé qu'« elle est indépendante de toute hiérarchie et qu'elle reste indépendante des choix éditoriaux des responsables de chaînes ». Cette lettre est un moyen pour la médiatrice de se prémunir des atteintes qui peuvent lui être portée. En la rendant publique, puisque celle-ci est librement consultable sur le site Internet⁷, France Télévisions semble montrer son engagement pour respecter l'indépendance de la médiatrice vis à vis des chaînes.

La médiatrice des programmes⁸ précise que « la tempérance dont elle fait preuve dans ses réponses n'est pas due à la pression de la chaîne mais au souci de rester dans son rôle ». Pour elle, C'est avant tout une affaire de juste distance entre les deux parties en présence. « Croire que l'on serait plus proche des téléspectateurs en s'éloignant des chaînes par manque de tempérance serait une erreur ». Ainsi, son lien de subordination avec la chaîne n'empêche pas l'exercice d'une médiation efficace car son rôle n'est pas de donner raison à l'une ou l'autre des parties mais de leur faire partager leur différent point de vue par son intermédiaire.

⁷ www.francetv.fr/france2/srt/mediatrice_intro.htm

⁸ Annexes Question n° 5

CHAPITRE II LE RÔLE D'INTERMÉDIAIRE DU MÉDIATEUR

Nous nous attacherons à décrire comment la médiation permet l'établissement d'un dialogue entre les chaînes publiques et les téléspectateurs (Section 1). Il conviendra ensuite d'observer son influence modératrice au sein de la profession (Section 2).

SECTION 1- LA PRISE EN COMPTE DU TÉLÉSPECTATEUR

La médiation exercée par Madame Guichenev s'opère de deux façons : la première est de prendre en compte l'avis du téléspectateur (§1) et la seconde est de transmettre cet avis au professionnel concerné (§2).

§1- Entendre le téléspectateur

A. Les modes de saisine du médiateur

L'envoi de courriers et de messages aux chaînes de télévisions concernant leurs programmes a toujours existé. Mais en instaurant la médiation, France Télévisions a rendu la parole du téléspectateur légitime. La fonction première de la médiatrice est d'assurer « l'interface » entre les téléspectateurs et les chaînes. Concrètement, cela signifie : recueillir, analyser et transmettre les observations, réclamations et interrogations des téléspectateurs sur le contenu des émissions ou leur mode de diffusion, puis, tenter d'y répondre. Elle est en quelque sorte le porte-parole des téléspectateurs auprès des responsables des programmes et des journalistes des chaînes.

Avant d'observer les différents modes de saisine de la médiatrice, il convient de se demander quels sont les caractères principaux du « téléspectateur - type »⁹, afin de mieux comprendre ses insatisfactions. Depuis quelques années, les entreprises de communication audiovisuelle semblent avoir trouvé une téléspectatrice de référence avec la ménagère de moins de cinquante ans. Par conséquent, des programmes sont créés sur mesure pour elle. Pourtant, chacun d'entre nous, hommes, enfants, personnes âgées, peut être téléspectateur. Les chaînes multiplient alors les études pour les identifier. Or, il est impossible d'étudier les conditions de réception d'un programme. Celui-ci est obligatoirement soumis à interprétation

⁹ GUICHENEV (G.), Rapport annuel 2001, *Médiation France Télévisions*, p. 4.

à partir du moment où il pénètre au cœur du foyer. C'est tout l'enjeu de la médiation : le téléspectateur peut désormais faire part de cette interprétation à France Télévisions.

Il dispose de plusieurs moyens pour cela. Comme énoncé précédemment, la médiatrice des programmes ne peut être saisie qu'en seconde instance, lorsque la première réponse apportée par les responsables du programme concerné par la saisine ne satisfait pas le réclamant. La médiatrice peut alors être saisie directement par courrier postal ou par message électronique par l'intermédiaire de l'Espace Téléspectateurs du site Internet de France Télévisions. Au sein même du groupe, elle peut également être saisie par le Président, les Directeurs généraux ou les responsables des rédactions.

Par ailleurs, la médiatrice des programmes peut être informée de toutes les remarques, critiques, suggestions, protestations des téléspectateurs par les différents moyens mis à leur disposition (courrier, téléphone, Internet). Elle examine alors toutes les requêtes et décide de donner suite ou non aux réclamations qui présentent souvent les mêmes caractères.

B. Les attentes des téléspectateurs

La prise en compte des remarques du public permet de répondre à leurs attentes mais également d'améliorer la crédibilité des médias, de contrôler la déontologie de l'information et, ce faisant, d'en améliorer la qualité en évitant que les erreurs constatées ne soient répétées. Afin de remplir son rôle, la médiatrice doit comprendre les raisons des griefs formulés à la télévision publique par les téléspectateurs.

Le reproche le plus courant de leur part est celui concernant sa forme c'est à dire le non-respect de la programmation. Les horaires des programmes qui ne sont pas respectés par la chaîne énervent particulièrement les téléspectateurs et les messages reçus par la médiatrice sont parfois virulents : « *Vous vous croyez tout permis sur le débordement intempestif des programmes, ce qui nuit à leur bon déroulement. L'émission en direct qui précédait a chamboulé le reste des programmes, sans aucun respect pour les téléspectateurs...* », Danielle F.

Dans les motifs de plaintes récurrents, suit la déprogrammation sans avertissement ou insuffisamment annoncées. Enfin, les téléspectateurs ne comprennent pas la programmation de certaines émissions à des heures tardives.

Par ailleurs, la médiatrice constate que sur le contenu¹⁰, les courriers de plainte contre la violence se font de plus en plus rares mais les téléspectateurs sont tout de même heurtés par des propos, des remarques, des plaisanteries comme par exemple sur une prise de position politique : « *C'est la première fois qu'un animateur met autant en avant ses convictions politiques et se permet d'insulter des invités avant même qu'ils ne commencent à s'exprimer* », Thierry B. Une demande revient alors tout au long de l'année pour davantage de programmes culturels et une plus grande diversité.

Il est également intéressant de constater que, pour eux, la cause de ces défauts de programmation est l'audience : « *...Je rappelle que l'audimat concerne les chaînes privées et que le redevable que je suis en a marre de cette concurrence qui ne devrait pas avoir lieu* », Maurice M. L'examen de ces messages fait apparaître que le téléspectateur se sent délaissé par les chaînes publiques au profit de l'audience.

En écrivant, tous ces gens ne font que revendiquer leur droit puisque, pour eux, à partir du moment où ils paient leur redevance, leur demande est légitime. Ainsi, en instaurant la redevance, les pouvoirs publics ont créé entre le citoyen français et la télévision publique, le lien le plus direct qui soit. Ils attendent beaucoup plus des chaînes de service public que des chaînes commerciales : « *Je paie une redevance qui nous est volée pour des programmes médiocres* », Bernard P. Ils n'hésitent d'ailleurs pas à rappeler aux chaînes publiques leurs missions, « *nous voulons une télévision de service public qui remplit son rôle, c'est à dire qui informe, éduque tout en faisant participer si possible les téléspectateurs* », Jean K.

Heureusement pour la médiatrice, les messages ne sont pas tous de cet ordre là et des encouragements sont également envoyés. Mais qu'ils soient bons ou mauvais, elle a pour rôle de les transmettre aux professionnels.

¹⁰ GUICHENEY (G.), Rapport annuel 2001, Médiation France Télévisions, p.19.

§2- Faire entendre les téléspectateurs

A. La formation de sa réponse

Lors de la réception du message, la médiatrice dispose de plusieurs moyens afin de répondre au mieux au téléspectateur. Son premier geste est de visionner le « rush » de l'émission dont il est question dans le courrier reçu. Ensuite, elle vérifie si les faits relatés dans le courrier correspondent effectivement bien à l'émission contestée¹¹. Elle transmet alors aux responsables du programme ou de la chaîne les commentaires et surtout les questions posées par le téléspectateur. Cette étape lui est indispensable afin de reconstituer l'événement et de comprendre les remarques faites. Elle peut alors réaliser une véritable enquête au sein de l'entreprise. Elle a en effet accès à toutes les informations nécessaires pour compléter son dossier (cassettes, historique, etc.) et peut consulter en interne comme en externe toutes les personnes dont le point de vue peut éclairer la formation de son avis.

B. les moyens d'intervention auprès des professionnels

Étant l'interlocutrice des téléspectateurs et des chaînes publiques, Madame Guicheney a pour mission de faire connaître aux professionnels les opinions du public concernant leur programme. Pour cela, la médiatrice dispose de moyens réguliers. En interne, elle édite à l'attention des journalistes un document qui fait la synthèse des observations des téléspectateurs appelé la « *Lettre du médiateur* ».

Elle peut être responsable d'une émission régulière dans laquelle est choisi un thème à traiter et les modes de ce traitement avec le souci de donner la parole aux différentes parties en cause. Pour le moment, seuls les médiateurs de l'information de France 2 et France 3 possèdent une telle émission : *L'hebdô du médiateur* présenté par Jean-Claude Allanic et *Votre télé*, émission récente présentée par Marie-Laure Augry.

De plus, la médiatrice peut être amenée à intervenir sur les antennes de France 2, de France 3 ou de France 5, en accord avec les directeurs généraux de l'antenne afin de médiatiser son action sur un point précis. Cette émission permet de confronter les représentants de la télévision publique aux téléspectateurs. C'est ce que l'on pourra constater

¹¹ Annexe questionnaire

dans l'affaire Dieudonné¹². Elle peut également faire connaître son action sur le canal de télévision interne, sur les sites Internet des chaînes, et les services télématiques.

Enfin, la médiatrice rend compte de son activité par un bilan annuel et public, consultable sur le site Internet des chaînes. Dans celui-ci, elle représente le porte-parole avéré des téléspectateurs. « Nous devons toujours nous mettre à la place des téléspectateurs ... »¹³. Elle se permet même de faire des suggestions en leur nom : « Il semble que les responsables des chaînes n'exploitent pas assez la mine que représentent les courriers des téléspectateurs. Ils disent beaucoup sur leur attente à l'égard de la télévision publique. C'est cela qu'il faut y lire, à cela qu'il faut prêter attention, à cela qu'ils attendent qu'il soit fait écho. »¹⁴. Grâce à ces documents communiqués par la médiatrice, les professionnels ont un moyen interne de connaître directement l'opinion du public par rapport à la diffusion de leur programme.

Ainsi, la mission de la médiatrice est de deux ordres. Dans un premier temps, après analyses et enquêtes, chaque message fait l'objet d'une réponse d'attente qui la plupart du temps est un apaisement pour le téléspectateur. Puis, dans un deuxième temps, elle a le devoir de transmettre ces messages aux responsables concernés. On peut alors se demander si cette transmission peut avoir une influence sur le choix des programmes des chaînes publiques.

SECTION II – UNE ACTION MODÉRÉE

§1- Un rôle d'écoute principalement

Alors que les téléspectateurs contestent régulièrement l'impuissance de la médiatrice à agir, il convient de se demander si leur prise de parole peut être effectivement suivie d'effets. Pour Geneviève Guichenev, « l'espace dans lequel opèrent les médiateurs n'est pas celui de l'action puisque ceux-ci sont indépendants »¹⁵. Par conséquent, l'attribution d'un pouvoir d'agir ne lui est pas souhaitable. Celui-ci remettrait en cause la responsabilité éditoriale d'un programme de télévision. En effet, après avoir reçu une plainte, la médiatrice aurait alors la possibilité de modifier celui-ci. Or, la médiation est un lieu à mi-distance entre deux parties

¹² *Infra*, p. 13.

¹³ GUICHENEV (G.), Rapport annuel 2001, *Médiation France Télévisions*, p. 14

¹⁴ GUICHENEV (G.), Rapport annuel 2002, *Médiation France Télévisions*, p. 62

¹⁵ Annexe Question n° 3

qui implique de la modération par nature. En cas de confrontation de points de vue sur le contenu d'un programme, le responsable éditorial reste libre de n'effectuer aucun changement sur celui-ci. Le téléspectateur a alors tout loisir pour faire des « rappels à l'ordre » et demander que leurs courriers soient suivis d'effets.

La médiatrice ne peut s'interposer entre les parties ni régler les différends. Le seul pouvoir dont elle dispose relève du déclenchement de la médiation puisque, selon sa lettre de mission, elle peut donner suite ou non à la réclamation. Elle peut également décider de l'ampleur de l'avis qu'elle rend aux parties puisqu'elle décide de le rendre public ou non. Elle est donc juge de la pertinence de leur intervention en fonction du contenu de la requête formulée par les téléspectateurs.

Dans une certaine mesure, le fait de lui reconnaître un magistère moral n'est pas infondé. La médiatrice n'a certes pas la possibilité d'intervenir directement sur la ligne éditoriale de la chaîne mais, sur le long terme, il est possible que la recherche de solutions consensuelles originales aux dérives soulignées par les téléspectateurs aboutisse à remettre en cause, en partie, celle-ci. Par ailleurs, l'élaboration des différents documents destinés aux professionnels et au public (lettre de la médiatrice, rapport annuel), peuvent être analysés comme une charte de bonne conduite qu'il est recommandé de suivre et on peut donc qualifier le rôle de la médiatrice de déontologique.

Ainsi, il apparaît, qu'à court terme, le rôle principal de la médiatrice se limite à celui d'écoute du téléspectateur afin que celui-ci ressente que ses remarques aient été prises en compte par France Télévisions. D'après Geneviève Guichenev, la médiation est un espace essentiellement dédié à la parole du téléspectateur et elle reste malgré tout « le lieu de l'imperfection mais aussi de la tentative de mieux se comprendre. Il faut arriver à ce que les chaînes acceptent que les téléspectateurs leur disent ce que leur font les programmes, et aussi de dire ce que leur fait la parole ainsi exprimée par les téléspectateurs »¹⁶. Cette relation établie, la médiation n'apparaît pas comme un espace de conflit, puisqu'elle évite la confrontation, mais comme un espace d'écoute. Dans son rapport annuel de 2002 intitulé « *Montrer et voir, c'est agir* », la médiatrice n'hésite pas à préciser qu'à partir du moment où

¹⁶ Annexe Question n° 5

elle instaure une relation solide et durable entre les téléspectateurs et la chaîne, « la médiation est un lieu d'action en ce sens où écouter, c'est agir »¹⁷.

§2- Un rôle accentué en cas de crise : l'affaire Dieudonné

Lors de dérapages télévisuels importants sur les chaînes publiques, de nombreux téléspectateurs réagissent rapidement et en masse afin de rappeler à l'ordre le rôle de ces chaînes. Celui de la médiatrice prend alors une autre ampleur et sa personne se médiatise comme on a pu le constater avec l'affaire Dieudonné.

Afin de mieux comprendre la réaction des téléspectateurs, il est indispensable de rappeler les faits. Au cours de l'émission *On ne peut pas plaire à tout le monde spéciale Ils nous font rire* diffusée en direct sur France 3, le lundi 1^{er} décembre 2003, présenté par Marc-Olivier Fogiel, l'humoriste Dieudonné est apparu déguisé en juif orthodoxe en déclarant : « *J'encourage les jeunes gens qui nous regardent aujourd'hui dans les cités pour leur dire : convertissez-vous comme moi, essayez de vous ressaisir, rejoignez l'axe du bien, l'axe américano-sioniste* ». Il conclut son sketch par le salut nazi en s'écriant « *Israheil !* ».

Cette prestation a alors suscité des milliers de courriers accusant l'humoriste d'antisémitisme. Par ailleurs, les reproches se dirigèrent également contre la chaîne et l'animateur, pour avoir laissé s'exprimer Dieudonné. Cette affaire a alors été largement médiatisée par les journaux et la télévision. Dans la semaine qui suivit, l'animateur Marc-Olivier Fogiel a exprimé sur l'antenne ses excuses aux téléspectateurs pour n'être pas intervenu. Dans ce genre de crise entre la chaîne et les téléspectateurs, il est donné une plus grande importance au rôle de la médiatrice afin qu'elle puisse par son intervention instaurer un véritable dialogue entre les parties.

Principale réceptrice des messages de protestations, la médiatrice a été conviée par les médias à s'exprimer sur cette affaire afin de mieux comprendre le point de vue des téléspectateurs. Par le caractère grave de cet incident, la réponse de la médiatrice aux téléspectateurs ne pouvait pas être habituel. Celle-ci s'est construite proportionnellement aux conséquences pendant que les responsables de la chaîne s'expliquaient face ce problème. Elle

¹⁷ GUICHENEY (G.), Rapport annuel 2002, Médiation France Télévisions, p. 61.

a alors utilisé les différents moyens mis à sa disposition dans ses statuts afin d'apporter une réponse d'apaisement aux téléspectateurs choqués.

Dans un premier temps, par le biais du site Internet de France Télévisions, la médiatrice a publié une lettre d'explication adressée directement aux téléspectateurs. En effet, après avoir fait une synthèse des différents courriers reçus en retenant les principaux reproches faits à la chaîne, elle a rédigé une lettre répondant à toutes ces interrogations telles que : pourquoi avoir invité Dieudonné ou encore pourquoi l'animateur n'a-t-il pas réagi fermement ? La lecture de cette lettre fait ressortir le besoin de rassurer les téléspectateurs sur le fait que la chaîne ne cautionne nullement ce type d'intervention en précisant que les dirigeants de France Télévisions ont assumé leur responsabilité dans cette affaire. La médiatrice semble présenter ses excuses et regrette un tel incident tout en essayant de faire comprendre le choix du contenu de l'émission par les responsables du programme. Par ailleurs, l'évocation des craintes des téléspectateurs par rapport à cet incident montre à ceux-ci le soin et l'attention qu'elle a prêté à leurs courriers. Ainsi, le téléspectateur a le sentiment d'avoir été entendu et que sa parole a été effectivement prise en compte par la chaîne.

Dans un second temps, elle décida d'organiser une confrontation directe entre téléspectateurs et responsables de chaînes. Dans ce but, la médiatrice a enregistré une émission spéciale afin de faire une mise au point sur cette affaire. Elle a eu lieu le dimanche 25 janvier 2004 sur France 3 et elle s'intitulait « La télévision est-elle responsable ? ». Grâce à celle-ci, des téléspectateurs ont alors pu exprimer leurs mécontentements directement aux dirigeants de France Télévisions : son président, Marc Tessier, et Rémy Pflimlin, Directeur général de France 3, ont accepté de venir expliquer leur engagement aux téléspectateurs. De plus, la médiatrice de l'information de France 3, Marie-Laure Augry était également conviée puisque la lutte contre les discriminations concerne aussi l'information.

Ainsi, par son action écrite et télévisuelle, la médiatrice a réussi à instaurer un véritable dialogue entre les deux parties afin qu'ils puissent mieux se comprendre. Cependant, et malgré l'application des moyens mis à sa disposition, la médiatrice des programmes comme les médiateurs de l'information auront beaucoup de difficultés à rétablir une relation de confiance entre téléspectateurs et télévision publique, surtout lorsque, environ trois semaines après cet incident sur France 3, un deuxième dérapage intervint en direct dans le journal télévisé de France 2...

CONCLUSION

Les citoyens sentent, ressentent et éprouvent des impressions sur la diffusion d'un programme. Ils ont toujours ressenti le besoin de faire part de celle-ci aux chaînes de télévisions. L'instauration de la médiatrice des programmes leurs a permis d'avoir un interlocuteur qui prenne en compte leur parole et développe des relations plus nourries entre eux et les chaînes publiques.

Cependant, pour la médiatrice des programmes de France télévisions, la médiation n'équivaut pas à une autorégulation¹⁸ puisque cette dernière porte principalement sur le respect des textes, lois, règlements, chartes, etc. Or, la médiatrice peut être amenée à intervenir même lorsque tout est conforme. En effet, alors que la télévision peut avoir maîtrisé la totalité du processus apportant un programme dans les foyers, les conditions de réception lui échappent complètement. Des personnes peuvent être touchées par un programme sans que celui-ci le veuille. Ainsi des propos tenus ans une émission de divertissement peuvent choqués des personnes alors que le but de l'émission est de les divertir.

Dans ce cas, la médiation est complexe en ce sens que l'importance du nombre de messages n'est pas le critère déterminant de la réponse de la part de la médiatrice mais la pertinence du message. « Il suffit qu'une seule personne mette le doigt sur un point précis pour que nous l'examinions. Si elle dit juste, il faut lui répondre et s'expliquer ». Même si, dans le milieu professionnel, son action est limitée et tempérée, cette modalité de dialogue a le mérite d'obliger les rédactions et responsables de la programmation à se remettre en question. Geneviève Guicheney a décidé de ne pas renouveler son mandat et quittera donc son poste le 30 juin 2004 mais elle tient à souligner que, « bien qu'éprouvante, sa fonction n'en est pas moins passionnante »¹⁹,

La création de médiateurs au sein des chaînes publiques marque le fait que la préoccupation déontologique existe bien. Afin d'assurer au mieux son contrôle, on reconnaît aux professionnels de la communication audiovisuelle le soin de définir et de reconnaître un corps de règle assurant l'éthique des programmes ou de l'information. Cet autocontrôle des

¹⁸ Annexe questionnaire 6

¹⁹ Table ronde « La médiation dans les médias », Faculté de Droit d'Aix-en-Provence, 12 mai 2004.

chaînes répond alors à leur revendication d'autonomie, en particulier celle émanant des journalistes. Or, seule l'autorité politique est en mesure de fixer de véritables normes. Face à la multiplication des dérapages, le besoin d'élaboration d'un code déontologique se fait de plus en plus sentir mais ce serait alors restreindre la liberté de l'information. La Charte de l'antenne élaborée par France Télévisions semble être un bon compromis.

Même si des améliorations mériteraient d'être apportées au système de la médiation audiovisuelle, l'initiative de France Télévisions d'assurer, par l'intermédiaire d'un médiateur, l'« interface » entre les chaînes publiques et les téléspectateurs ne peut être qu'encouragée et il est regrettable qu'elle ne soit pas suivie par les autres groupes de télévision.

ANNEXES

PHOTOGRAPHIE DE GENEVIEVE GUICHENEY
Lors de la table ronde qui a eu lieu le mercredi 12 mai 2004
au sein de la faculté de droit d'Aix-en-Provence.



QUESTIONS-REPONSES DE LA MÉDIATRICE

Q1 : Quel est la durée du mandat restant à courir ? Pensez-vous le renouveler ?

La durée du mandat des médiateurs est de trois ans. Le premier a démarré le 18 avril 1998, la fixation de la durée est intervenue après. Le renouvellement dépend du président, seule personne dont je dépende.

Q2 : Quelles sont vos différentes méthodes de travail afin de répondre au mieux aux téléspectateurs ?

A réception d'un message ou courrier, mon premier geste consiste à visionner l'émission dont il est question, à vérifier ce qui est dit dans le courrier, puis à relayer auprès des responsables du programme ou de la chaîne les commentaires mais surtout les questions posées par le téléspectateur, afin de nourrir ma réponse. N'étant pas partie prenante dans la conception des programmes, cette étape m'est indispensable pour reconstituer le fil des événements et comprendre les choix effectués. Ce n'est qu'au terme de cette « enquête interne » que je me forge mon opinion et construis ma réponse.

Q3 : Pensez-vous avoir une influence sur les prises de décisions concernant la diffusion des programmes à travers vos publications dans le journal interne de l'entreprise et des rapports annuels?

Le travail de médiation ne se pose pas en terme d'« influence » sur les prises de décisions. Les médiateurs sont indépendants : cela implique que l'espace dans lequel ils opèrent n'est pas celui de la décision –ce rôle revient aux responsables des programmes et de la programmation- mais dans un espace essentiellement dédié à la parole du téléspectateur. Ceci dit, si la question de l'influence du rapport annuel doit être posée, c'est précisément à ceux auxquels il s'adresse qu'il faut la poser. Les téléspectateurs ont tout loisir pour faire des « rappels à l'ordre » et demander que leurs courriers soient suivis d'effets.

Q4 : Votre parcours professionnel est-il un atout dans votre mission de médiatrice ?

Oui, à un double titre : l'antenne (présentation du journal télévisé pendant dix ans) et la régulation (membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel pendant 8 ans).

Un atout certainement, qui ne transforme pas pour autant la médiation en sinécure ! Le regard du régulateur, lié à mon expérience au CSA, apporte évidemment un plus dans la gestion des dossiers ou courriers où est posée la question de la déontologie, de l'éthique ou du respect de la réglementation. Les téléspectateurs sont aujourd'hui fort bien informés, leurs questions sont précises et souvent ils s'appuient sur les textes mis à leur disposition notamment via internet : ainsi, les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques et surtout la « Charte de l'antenne » sont régulièrement cités pour étayer un propos, une critique. Les téléspectateurs mettent ainsi les chaînes face à leurs propres engagements, les prenant parfois en défaut.

La double expérience me permet d'insister, en connaissance de cause, auprès des responsables de l'antenne sur les obligations qu'ils doivent respecter à partir du moment où ils ont accepté d'œuvrer dans le service public.

Ceci dit, le travail du CSA reste de faire respecter les textes, quand le mien consiste à faire entendre la parole des téléspectateurs en interne. Et pour ce faire, oui, connaître les textes est un plus.

Q5 : Malgré votre indépendance vis à vis de la hiérarchie, n'existe-t-il pas tout de même une certaine pression de la chaîne qui vous amène à tempérer vos réponses face aux mécontentements des téléspectateurs ?

Il est certain que la médiation requiert des trésors de tempérance et de patience, mais ce n'est pas tant par pression des chaînes que par souci de rester dans mon rôle. En d'autres termes, il ne s'agit pas de donner raison aveuglément aux téléspectateurs uniquement pour leur faire plaisir. L'intérêt de la médiation est d'amener les responsables des chaînes à reconnaître comme légitime le point de vue du téléspectateur. Il s'agit donc de préserver un espace permettant à l'interrogation, l'explication, l'incompréhension aussi parfois, de s'exprimer.

Au demeurant mon travail n'est pas d'aggraver les événements vécus comme violents par les téléspectateurs en validant ou en aggravant l'impression qu'ils ont souvent que les chaînes mésestiment leur parole, leur émoi, leur peur. Je ne dis pas que la tentation n'existe pas, loin de là, mais il faut lutter contre elle car la médiation est avant tout affaire de juste distance entre les deux parties en présence. Croire que l'on serait « plus proche » des téléspectateurs en « s'éloignant » des chaînes par manque de tempérance est une erreur. En dernière instance ce serait les téléspectateurs qui feraient les frais de cette distension du lien.

La médiation est le lieu de l'imperfection, mais aussi de la tentative de mieux se comprendre. Il faut arriver à ce que les chaînes acceptent que les téléspectateurs leur disent ce que leur font les programmes, et aussi de dire ce que leur fait la parole ainsi exprimée par les téléspectateurs. C'est la raison pour laquelle j'ai titré mon rapport annuel 2002 « Montrer et voir, c'est agir. »

Q6 : D'après votre expérience personnelle, pensez-vous que médiation équivaut à autorégulation ?

Ce n'est pas ainsi que la question se pose. La régulation porte sur le respect des textes, lois, règlements, chartes etc. La médiation peut être amenée à intervenir même lorsque tout est conforme aux dits textes, lorsque s'exprime une incompréhension, une souffrance. Car, la télévision peut avoir maîtrisé de bout en bout le processus apportant un programme dans les foyers, les conditions de réception lui échappent complètement. Elle peut, sans le vouloir, avoir heurté des personnes, touchées personnellement par un programme par ailleurs jugé satisfaisant par d'autres. C'est là que le travail complexe de médiation intervient, et qu'il faut à tout prix empêcher que l'on oppose le nombre à la pertinence. Que m'importe des millions de personnes aient apprécié ou n'aient rien dit quand un nombre X... d'autres a été ému ou blessé, ou choqué. La question n'est pas de savoir si ces personnes sont représentatives mais si leur propos est significatif. Je vais plus loin : il suffit qu'une seule personne mette le doigt sur un point précis pour que nous l'examinions. Si elle dit juste, il faut lui répondre et s'expliquer.

Tout cela est développé et illustré par les extraits des messages des téléspectateurs dans mes rapports annuels.

CHARTRE DE L'ANTENNE

CHAPITRE 1. France Télévisions: le téléspectateur au centre de la télévision publique

1.4. L'écoute des téléspectateurs

Par le paiement de la redevance, les téléspectateurs participent de manière effective et directe au budget de la télévision publique. Ils s'en sentent légitimement partenaires. Ils souhaitent être entendus, donner leur avis, sentir que leurs opinions et leurs attentes peuvent se traduire dans les contenus. Ils souhaitent une télévision publique avec laquelle ils puissent entretenir des liens de confiance.

L'offre de programmes de France Télévisions s'appuie ainsi sur une stratégie d'écoute du public partagée par l'ensemble des professionnels de l'antenne, responsables de la programmation, unités de programmes, journalistes, techniciens.

France Télévisions va au devant du public, prend en compte les remarques des téléspectateurs pour se montrer davantage respectueuse des sensibilités individuelles et des rythmes de la vie collective; pour mieux anticiper les besoins d'évasion et de découverte, les préoccupations, les aspirations et les modes de vie des téléspectateurs en vue de les accompagner, de les partager.

1.4.1. Les médiateurs

France Télévisions s'est dotée de médiateurs dont le rôle est d'être l'intermédiaire entre le public et les chaînes, d'examiner les observations, remarques et plaintes éventuelles des téléspectateurs.

Les médiateurs ont été mis en place pour offrir aux téléspectateurs la possibilité de se référer à une instance impartiale. Ils contribuent à établir une relation de qualité avec les téléspectateurs.

1.4.1.1. Indépendance des médiateurs

Les médiateurs, inamovibles, sont nommés pour trois ans par le Président de France Télévisions et placés sous sa responsabilité directe. Ils sont indépendants de toute hiérarchie, et n'exercent aucune responsabilité éditoriale. Ils n'interviennent jamais dans le choix, la préparation ou l'élaboration des programmes.

1.4.1.2. Missions des médiateurs

Les médiateurs assurent l'interface entre les téléspectateurs et les chaînes France 2, France 3 et France 5, par saisine directe des téléspectateurs.

Les médiateurs n'interviennent jamais a priori mais a posteriori, lorsqu'ils sont saisis, par écrit, après diffusion. Ils ne donnent pas suite aux courriers ou messages électroniques anonymes.

Par ailleurs, les services en relation avec les téléspectateurs (courrier, téléphone, Minitel, Internet), les informent de toutes les remarques, critiques, suggestions, protestations de téléspectateurs concernant :

- le traitement de l'information par les journaux et les magazines d'information de France 2 et France 3 pour les médiateurs des rédactions
- les programmes de France 2, France 3 et de France 5 pour le médiateur des programmes.

Les médiateurs examinent toutes les requêtes et décident de donner suite ou non aux réclamations. Ils communiquent leur avis aux parties concernées et décident, s'il y a lieu, de le rendre public. Quand ils l'estiment utile, et par les moyens d'intervention appropriés qui sont les leurs (cf. 1.4.1.3.), ils expliquent aux téléspectateurs les choix des rédactions et des unités de programmes et les difficultés qu'ils rencontrent.

Les médiateurs peuvent également être saisis par le Président de France Télévisions, les directeurs généraux ou les directeurs des rédactions.

Il doivent saisir, parallèlement à leur démarche, le service juridique des dossiers pouvant entraîner des procédures.

Enfin, ils peuvent mener une réflexion sur un certain nombre de thèmes récurrents en y associant les responsables des programmes, les directeurs des rédactions et les intervenants extérieurs qu'ils jugent compétents sur le sujet. Cette réflexion, validée par les responsables des chaînes, peut conduire à l'élaboration de règles de bonne conduite sur un thème particulier.

1.4.1.3. Moyens d'intervention des médiateurs

Les médiateurs des rédactions agissent en première instance. Le médiateur des programmes agit en deuxième instance, lorsque la première réponse apportée par les responsables du programme concerné par la saisine ne satisfait pas le réclamant.

Lorsque les médiateurs sont saisis, ils se mettent en rapport avec les responsables du programme ou de la rédaction en cause. Ils entendent toutes les parties concernées et ne forment leur opinion qu'au terme de ces consultations. Ils ont accès aux éléments nécessaires pour instruire le dossier. Ils peuvent consulter en interne et en externe toutes les personnes dont le point de vue peut éclairer la formation de leur jugement.

En accord avec les directeurs généraux des chaînes, ils peuvent être amenés à intervenir dans les émissions de France 2, de France 3 ou de France 5. Ils peuvent par ailleurs être responsables, et seuls responsables, d'une émission régulière. Ils choisissent les thèmes à traiter lors de cette émission et les modes de traitement, avec le souci de donner la parole aux différentes parties en cause. Outre leurs interventions sur les antennes, ils peuvent faire connaître leur action sur le site Internet et les services télématiques.

En interne, les médiateurs font une synthèse régulière des observations des téléspectateurs à l'intention des personnels.

Par ailleurs, ils peuvent communiquer leur action sur le canal de télévision interne. Les médiateurs disposent de l'infrastructure nécessaire à l'exercice de leur fonction. Les médiateurs rendent compte de leur activité par un bilan annuel et public.

1.4.2. Relations avec les téléspectateurs

Conscients que France Télévisions est à leur service, les téléspectateurs sont très nombreux à s'adresser directement aux chaînes publiques. Ils expriment non seulement des doléances, mais également des aspirations, demandent aide et renseignements, expriment leur satisfaction.

France Télévisions « favorise la relation avec le public par l'utilisation de tout service télématique, interactif ou de communication en ligne complétant et prolongeant les émissions qu'elle programme. Elle assure la promotion de ces services ».

Conformément aux engagements pris dans le contrat d'objectifs et de moyens, France Télévisions améliore en permanence son dispositif d'écoute des téléspectateurs afin qu'aucune demande ne reste sans réponse. Les services de relations avec les téléspectateurs de chaque chaîne, avec l'appui d'un centre de contacts externe, traitent l'ensemble des contacts des téléspectateurs : courriers postaux et électroniques, téléphone. Des synthèses des demandes et opinions des téléspectateurs sont réalisées périodiquement pour les responsables des chaînes et les médiateurs.

Dans ce but, les rédactions et unités de programme sont tenues de fournir à ceux dont la mission est la liaison avec les téléspectateurs tous les éléments nécessaires pour répondre aux questions que posent les téléspectateurs après la diffusion.

Des rencontres avec des groupes de téléspectateurs seront régulièrement conduites dans un cadre national et régional.

Dans ce cadre, la proximité est un atout maître, l'existence des stations régionales de France 3 permettant un dialogue direct et nourri avec le public. Les interventions les plus significatives des personnes participant à ces réunions fourniront l'ossature d'émissions de médiation régionale, proposant également les extraits d'émissions concernées et des entretiens en plateau. Ces émissions auront lieu soit de façon exceptionnelle dans chaque région, soit à un rythme régulier. L'essentiel est d'ouvrir un dialogue direct entre le public et les personnels de France Télévisions.

Par ailleurs, « un Conseil consultatif des programmes est créé auprès de la société France Télévisions. Ce conseil comprend vingt membres nommés pour trois ans, après tirage au sort parmi les personnes redevables de la redevance (...) [II] se réunit au moins deux fois par an, dont une fois avec le conseil d'administration de France Télévisions ». Il établit annuellement un rapport sur les réactions des téléspectateurs et les suites qui leur ont été données.

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	1
INTRODUCTION	2
CHAPITRE I LA MISE EN PLACE DU STATUT DU MÉDIATEUR.....	4
SECTION 1- L'INSTAURATION DU MÉDIATEUR DES PROGRAMMES À FRANCE TÉLÉVISIONS.....	4
§1- La médiation à France Télévisions.....	4
A. L'instauration de la médiation.....	4
B. L'évolution de la médiation.....	5
§2 – L'expérience professionnelle de Geneviève Guicheney.....	5
SECTION II - LE STATUT DISCUTABLE DU MÉDIATEUR DES PROGRAMMES	6
§1- Les caractères du statut du médiateur.....	6
A. Les spécificités du statut du médiateur.....	6
B. Les points communs avec les autres médiateurs de France Télévisions.....	7
§2- Une médiation contestée.....	8
A. Le médiateur : une tierce personne ?.....	8
B. Le médiateur : un organe indépendant ?.....	8
CHAPITRE II LE RÔLE D'INTERMÉDIAIRE DU MÉDIATEUR.....	10
SECTION 1- LA PRISE EN COMPTE DU TÉLÉSPECTATEUR.....	10
§1- Entendre le téléspectateur.....	10
A. Les modes de saisine du médiateur	10
B. Les attentes des téléspectateurs	11
§2- Faire entendre les téléspectateurs	13
A. La formation de sa réponse.....	13
B. les moyens d'intervention auprès des professionnels.....	13
SECTION II – UNE ACTION MODÉRÉE.....	14
§1- Un rôle d'écoute principalement	14
§2- Un rôle accentué en cas de crise : l'affaire Dieudonné	16
CONCLUSION.....	18
ANNEXES	20
BIBLIOGRAPHIE	28

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

- BERTRAND (J.-C.), La déontologie des médias, PUF, collection Que sais-je ?, n°3255, 1997.
- DEBBASCH (C.), Droit de l'audiovisuel, Précis Dalloz, 1995, 4^{ème} Edition.
- FAVRO (K.), Téléspectateur et message audiovisuel, LGDJ, Mars 2001.
- ISAR (H.), Le service public et la communication audiovisuelle, PUAM-Economica, Collection Droit de l'Audiovisuel, 1995.
- GUILLAUME-HOFNUNG (M.), La médiation hors du champ administratif – son avenir, RFAP, 1992.

RAPPORTS ET ARTICLES:

- GUICHENEY (G.), Rapport annuel 2001, Médiation France télévisions.
- GUICHENEY (G.), Rapport annuel 2002, Médiation France télévisions
- HUGOT (J.-P.), Etat des lieux de la communication audiovisuelle, des progrès au projets, Les rapports du Sénat, Commission des affaires culturelles, 1998-1999.
- JOLY-HURARD (J.), *La médiation en droit de la communication : de la régulation à la déontologie*, Légipresse, n°208, II, Janvier/Février 2004, p.16-p.21.

ADRESSE INTERNET :

- www.francetv.fr/france2/srt/mediatrice_intro.htm

EMISSION DE TELEVISION

- *La télévision est-elle responsable ?*, France 3, Dimanche 25 janvier 2004 présentée par Geneviève Guicheneey.

COLLOQUE

- Table ronde, *La médiation dans les médias*, Faculté de Droit d'Aix-en-Provence, 12 mai 2004.