

# Comment télé- vous?

Belgique-België  
P.P.  
1050 Bruxelles 5  
1/7610

1<sup>er</sup> juin 2001

Périodique mensuel de  
l'Association des Téléspectateurs  
Actifs asbl

Bureau de dépôt :  
Bruxelles 5 à 1050 Bruxelles  
Editeur responsable :  
Benoit Goossens

Numéro

62

ATA asbl • Rue Américaine, 106 • 1050 BRUXELLES  
ATA sur Internet : <http://ata.qwentes.be> • E-mail : [ata@qwentes.be](mailto:ata@qwentes.be)



Comment réussir une émission de médiation ?

## LES PIÈGES À ÉVITER

[24/04/2001] (1)

*Le présent numéro de "Comment Télé-  
Vous ?" n'est pas un "dossier spécial" mais  
bien une action  
concrète menée par  
l'A.T.A.*

*Actuellement, la RTBF  
prépare une émission  
de télévision consacrée  
à la médiation. Elle sera  
probablement mise à  
l'antenne au cours de  
la saison 2001-2002.*

*L'A.T.A. apporte sa  
pierre pour qu'elle soit  
une réussite.*

...

Le 26 janvier 2001, Christian Druite, l'Administrateur général de la RTBF, était l'invité du Journal Télévisé de 19H30. Il annonça notamment que des budgets nouveaux étaient accordés par son Conseil d'Administration pour une émission de télévision consacrée à la médiation. "Le public dialoguera avec nous", précisa-t-il, "...c'est important de nous mettre en question".

C'est beaucoup mieux

donc que les séquences en radio présentées par la Médiatrice de la RTBF depuis septembre 2000. En TV, en effet, à l'inverse de ce qui se passe en radio, le public sera représenté, selon cette déclaration de Mr Druite.

Ce 24 avril 2001, le Parlement de la Communauté française vote (54 voix pour, 8 abstentions) cette demande à la RTBF de diffuser régulièrement une émission de médiation. Il opte également pour que le service de médiation soit séparé du service de communication de la RTBF.

Dans la foulée de ce vote, le Ministre de l'Audiovisuel, Richard Miller, s'est également exprimé sur ce sujet : "La RTBF doit entretenir des liens privilégiés avec ses téléspectateurs et ses auditeurs. En tant qu'organisme public, elle doit permettre de répondre aux interrogations du citoyen. Aussi, la mise en place d'un service centralisé de relation avec le public et d'une émission de médiation me paraît être une bonne idée".

### EN QUATRE TEMPS

Lorsqu'on réalise une nouvelle émission, mieux vaut profiter de l'expérience d'initiatives déjà existantes.

Or, l'A.T.A. s'intéresse depuis toujours aux séquences qui ont trait à la médiation. Notre apport extérieur à la nouvelle émission en gestation à la RTBF, c'est donc la rédaction, dans le présent journal, de notre analyse des émissions qui existent déjà dans le domaine.

Notre observation va se faire en quatre temps :

- 1 : Nous avons analysé une vingtaine des séquences "médiation" diffusées en radio par la RTBF. Elles sont l'exemple à ne pas suivre et nous tenterons d'expliquer pourquoi.

- 2 : Nos lecteurs fidèles savent que depuis septembre

**Suite page 2 ▶**

(1) La date [entre crochets] publiée au début des articles indique la date de la fin de l'écriture de ceux-ci. Espérons que les télé adoptent une pratique analogue qui permettrait aux téléspectateurs de découvrir, par exemple, quelles sont les émissions en différé ou en direct.

## Suite de la page 1

1998, nous soutenons l'initiative de France 2 : "L'Hebdo du Médiateur". Cette émission fut un modèle de médiation, du moins tant qu'elle fut présentée par Didier Epelbaum. Nous l'avons interrogé à la fin de son mandat non renouvelable de deux ans pour qu'il tire un bilan de son initiative.

- 3 : Depuis le 2 septembre 2000, Jean-Claude Allanic a succédé à Didier Epelbaum. Nous avons analysé les trente émissions qu'il a présentées jusqu'à ce 7 avril 2001 et nous expliquerons notre déception. L'appellation "L'Hebdo du Médiateur" ne correspond plus, selon nous, aux objectifs initiaux. Voilà un second exemple de ce qu'il ne faut pas faire... Et donc, c'est également instructif –en guise de mise en garde– pour les concepteurs de la future émission de la RTBE.

- 4 : En conclusion, nous dresserons une liste de prin-

cipes qu'il faut, selon nous, appliquer pour mener à bien un projet qui respecte les usagers et le personnel du Service public.

### CONFIANCE AU PUBLIC

Le 8 octobre 1998, nous avons déjà demandé à Christian Druitte ce qu'il pensait de "L'Hebdo du Médiateur" de France 2 (qui est, rappelons-le, diffusé chaque samedi, entre 13H12 et 13H40). La seule chose qui semblait tracasser l'Administrateur général, c'était la peur de manquer de sujets au fil des mois pour nourrir cette émission. Il n'y a rien à craindre, de ce côté-là. En effet, rien qu'avec les critiques concernant les émissions d'information, France 2 tient au rythme hebdomadaire depuis près de 3 ans.

Dans le présent journal, nous avons publié un maximum d'exemples pour ainsi démontrer la diversité des sujets qui peuvent être abor-

dés dans pareille émission.

Les thématiques étant pléthoriques, espérons que l'émission sera également hebdomadaire à la RTBE. Ce rythme permettra en effet de créer une habitude du public que l'on suscite moins facilement avec des émissions moins récurrentes et lui donnera certainement petit à petit envie de s'exprimer et d'écrire, pour ceux et celles qui ne le feraient pas encore.

Nous publions également un certain nombre de déclarations faites par les téléspectateurs en direct sur le plateau de France 2. Elles sont parfois d'une pertinence époustouflante ! De quoi répondre concrètement à certains cyniques qui craindraient que le public ne soit pas à la hauteur de pareille émission. Sur le long terme, on a toujours raison de faire confiance au public. Cela devrait être aussi cela l'une des caractéristiques majeures du Service public. ■

## LES MIDIS DE L'AUDIOVISUEL

Dans le Forum de la Fnac Bruxelles - City 2, Rue Neuve

*Mercredi 27 juin 2001*

de 12H30 à 14H

# LE MINISTRE DE L'AUDIOVISUEL RICHARD MILLER S'ENTRETIENT AVEC LES USAGERS



Pour cette 58ème séance, l'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.) rencontre Monsieur Richard Miller, le Ministre de l'Audiovisuel.

Voici un premier bilan en compagnie des téléspectateurs, huit mois après l'entrée en fonction du nouveau Ministre.

Il y sera question du nouveau contrat de gestion de la RTBE, des télé distributeurs, de l'évolution du Conseil supérieur de l'audiovisuel, de la publicité et des enfants, etc.



**ENTRÉE GRATUITE**



Esdé réagira, par le biais de ses dessins, aux idées émises pendant ce "Midi". À la fin de la séance, une tombola gratuite est organisée. Six vainqueurs recevront des dessins originaux. De 12H15 à 12H25, des tickets de réduction d'une valeur de 70 FB (valables avant et après la rencontre) sont proposés pour les sandwiches au café de la Fnac situé à côté du Forum.

## PREMIÈRE PARTIE

*Analyse d'une vingtaine de séquences "médiation" diffusées en radio par la RTBF*

# DÉTOURNEMENTS

Depuis septembre 2000, une séquence de médiation s'intéresse davantage aux programmes des chaînes de télévision que des radios de la RTBF.

Néanmoins, elle est diffusée uniquement en radio... Et les téléspectateurs n'en sont même pas avertis par des annonces diffusées régulièrement sur le petit écran !

...

D'autre part, les coordonnées du Service de Médiation sont régulièrement proposés en radio et sur le site Internet de la RTBF. Jamais en télé... Est-ce un hasard ? Là où se retrouvent le plus d'usagers !

Les auditeurs ne doivent pas être très nombreux à suivre ce rendez-vous. En effet, l'émission est diffusée au cours de la semaine et en matinée, ce qui ne permet pas à un grand nombre de personnes qui travaillent de la découvrir.

### DOUBLE HORAIRE

De plus, quatre mois après sa création, la séquence de la RTBF a vu son horaire et sa fréquence modifiés. De septembre à décembre 2000, elle était diffusée chaque lundi, durant les cinq à huit premières minutes de la deuxième partie de "Tout autre chose", vers 11H05 sur La Première.

A la mi-janvier 2001, le nouvel horaire était difficile à trouver : l'A.T.A. a téléphoné en vain à l'attaché de presse "radio" de la RTBF, à la responsable de "Tout autre chose"... Nous n'avons découvert dans la presse écrite aucun article qui annonçait clairement cette évolution. Tout cela doit rendre ardue la fidélisation d'un public intéressé par cette problématique !

Finalement, nous téléphonerons à Jean-Pierre Hautier, le Directeur de la Première, qui nous renseignera que son émission "Bonjour quand même", entre 9H et 10H, programme cette courte séquence de médiation, un mercredi sur deux.

Et c'est presque par hasard qu'à la fin janvier 2001, nous découvrons que chaque dernier mardi du mois, "Tout autre chose" consacre également une heure complète à la médiation,



entre 11H et 12H.

Le dernier mardi du mois d'avril 2001, sans aucune explication... l'émission n'aura pas lieu...

### TITRE TROMPEUR

La séquence de la médiation peut s'écouter avec intérêt mais elle porte mal son nom puisque la médiation y est accessoire et pas toujours bien traitée. Il s'agit davantage d'une séquence d'éducation au média et d'autopromotion de la RTBF.

Dans sa séquence du 27/02/2001, la Médiatrice reconnaîtra que la RTBF a désolé plus d'un téléspectateur lorsque, sur La Deux, elle a reporté à une date ultérieure un programme d'hommage au violoniste récemment décédé Jean-Pierre Catoul pour cause de direct de la Coupe Davis. Elle a également expliqué que le programme évincé avait été finalement diffusé quelques jours plus tard. Dans ce cas-là, la Médiatrice a vraiment joué son rôle. Il lui arrive aussi –sans doute avec raison– d'être plus circonspecte avec telle ou telle plainte. Par exemple, lorsqu'il est reproché à "Autant savoir" d'avoir intitulé une émission "Avec ou sans viande" alors que les projecteurs étaient braqués sur des adeptes du végétarisme.

Mais les plaintes traitées dans l'émission sont relativement peu nombreuses et quelque peu répétitives (les feuilletons, la violence des images, les sports). Par contre, les plaintes axées sur la déontologie, la hiérarchisation des informations, etc., n'ont pas la place qu'elles méritent dans pareille émission. Si l'on nous objecte le manque de temps, nous répondrons qu'il n'en est rien parce que les minutes inutilement consacrées à l'autopromotion et l'autojustification du Service Public

pullulent et polluent ce nouveau rendez-vous.

Souvent, dans ses explications, la Médiatrice quitte son rôle et se fait la porte-parole de la RTBF. Des éléments favorables au Service public sont mis en évidence alors que d'autres faits gênants sont ignorés. Plusieurs exemples sont détaillés ci-dessous.

L'A.T.A. a écouté et analysé une vingtaine de ces séquences animées par la Médiatrice<sup>(1)</sup>.

Voici la publication des réflexions les plus acerbes relevées dans notre cahier de notes. Puisse la RTBF en tenir compte pour améliorer sa copie.

### ON RÉPOND !

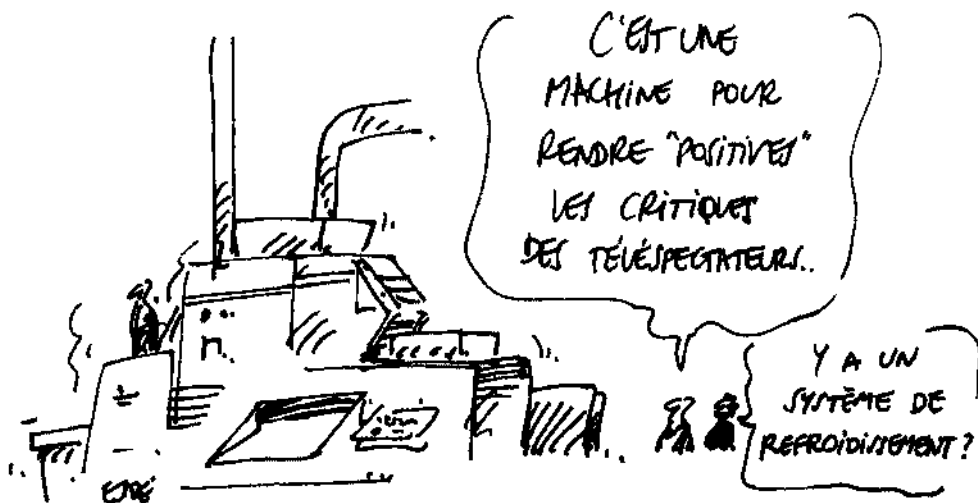
C'est la méthode Coué : il faut absolument convaincre le public que la RTBF répond au courrier qui lui est adressé. Quel contraste avec les lettres restées sans réponse que certains usagers ont fait parvenir en copie à l'A.T.A. (voir "Comment Télé-Vous ? N°61, pages 7 et 8).

- "...Réponses (traitées) de manière circonstanciée"; "...Tout arrive chez nous. Soyez rassuré" (04/09/2000),

- "...Soyez rassuré, si vous nous envoyez vos critiques ou même vos félicitations, de toute façon, dans un cas comme dans l'autre, il y a un suivi, quoi qu'il arrive". (20/11/2000)

- "Tout courrier reçoit une réponse", "Le suivi est fait", "Tous les courriers traités sont classés, répertoriés, ce qui permet de suivre l'évolution des courriers sur une même thématique"; "Cela marche fort pour le service de médiation". (27/02/2001)

- Jean-Pierre Hautier<sup>(2)</sup> questionne la Médiatrice : "En tous cas, Françoise, on répète. Euh... Tous les courriers sont pris en considé-



ration et on y répond...". Réponse de Françoise de Thier : *"Et on y répond... à tous. Cela prend parfois un peu de temps. C'est vrai qu'il y a des moments où l'on est un peu submergé. Dans des cas comme celui-ci, par exemple. Mais on y répond..."* (21/03/2001)

### LE RAPPORT ANNUEL

En ce qui concerne l'évaluation de son propre travail, le Service de Médiation préfère médiatiser les félicitations plutôt que les critiques ! Le rapport annuel de la RTBF qui est coordonné par le Service de Médiation a été très fort critiqué par l'A.T.A. Cette information ne sera pas proposée à l'auditeur. Par contre, Françoise De Thier explique qu'il a été "épluché" par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et que *"...L'année dernière, c'était positif"*. (25/09/2000)

### AUTOSATISFACTION

Et voici une autre perle pour illustrer l'autosatisfaction du personnel de la RTBF !

Véronique Thyberghien : *"Tout est toujours perfectible mais je crois qu'on a un public plutôt satisfait même si tout est toujours perfectible"*. La Médiatrice : *"Absolument"*. (13/11/2000)

### PO-SI-TI-VER !

Lorsqu'un sujet traité nuit à l'image de la RTBF, l'animatrice de "Tout autre chose", Véronique Thyberghien, conclut la séquence par une question qui permet de retrouver le terrain "promotionnel" :

- A trois reprises, dans l'émission consacrée à la perte du contrat sportif de la Champion Lige par la RTBF, des questions sont posées pour redonner confiance au public : *"...Il reste encore beaucoup au niveau du football ?", "...Et il y a une diversité de sports ?" et "...Que les fans de sports se rassurent : il y aura toujours bien du sport à la RTBF ?"*. A cette question, Françoise de Thier répondra : *"Tout à fait"* (11/09/2000).

- La séquence sur la non-retransmission des Jeux

Olympiques par la RTBF s'achève par la question : *"...On a quand même quelques images ?"* (25/09/2000)

Même sans question précise de Véronique Thyberghien, Françoise de Thier a tendance à po-si-ti-ver ! Ainsi, après avoir signalé : *"...On a de temps à autre des réflexions, des remarques ou des critiques par rapport à une violence qui est contenue dans certains programmes"*, la médiatrice se croit obligée de faire remarquer : *"...A la RTBF, je crois qu'on est assez rigoureux par rapport à tout cela"*. Ainsi, par cette conclusion, elle met en doute le contenu des lettres dont elle vient de parler mais elle se garde bien de citer les griefs précis du public. (02/10/2000)

Dans les statistiques du courrier qu'il reçoit, le Service de Médiation prévoit trois postes : les félicitations, les demandes d'information et les plaintes. Lorsque la médiatrice présente ces statistiques, elle regroupe les résultats des deux premiers postes... Est-ce innocent ? Pourquoi ne pas citer simplement les trois postes ? (13/11/2000). Voilà une autre façon de po-si-ti-ver !

### AVIS DE RECHERCHE

Des avis qui n'ont rien à voir avec la médiation sont diffusés :

- La RTBF Charleroi recherche des animateurs. Le type d'émission(s) visé par ce casting n'est même pas précisé. Recherche-t-on des "potiches" ? (30/01/2001)

- Paul Germain recherche des témoins "infidèles" pour son débat "Peut-on survivre à l'adultère ?" (27/02/2001)

### LA PROMO DES PROGRAMMES

Il faut séparer la promotion des programmes de la médiation pour ne plus entendre...

- A propos de l'Ecran Témoin sur "Le sexe à l'écran" : *"...Le débat était très bien mené par Paul Germain qui, d'ailleurs, mène un autre débat ce soir..."* (30/10/2000)

- Eric Poivre, le produc-

teur de "Forts en tête", est interrogé à propos d'un cafouillage de points intervenu dans une de ses précédentes émissions. La séquence se termine par un *"...On vous retrouve ce soir, dès 20H10/20H15, avec le Château de Belœil"*. (30/01/2001)

Ouf ! La Médiatrice semble même parfois prendre conscience que sa séquence "de médiation" se transforme en émission promotionnelle. Ainsi, après avoir longuement cité de nombreux fleurons "locomotives" de la RTBF (Strip-tease, Au nom de la loi, Faits Divers, Nom de dieux, Papa, maman et moi, etc.), elle s'exclame, aux 3/4 de l'émission : *"...Je ne suis pas là pour faire la promo des programmes. Soyons clair !"* (13/11/2000)

Malheureusement, il lui est également arrivé d'affirmer que l'une des fonctions de son service était de "communiquer" : le rôle du service de médiation *"...n'est pas uniquement -évidemment- de porter un regard peut-être un peu nombriliste sur la RTBF et sur ses programmes... C'est une des fonctions que nous avons évidemment mais c'est aussi de servir d'intermédiaire dans le questionnement que peuvent se poser des citoyens et mettre en relation des gens qui ont peut-être des choses à se dire..."* (20/11/2000)

### LE SITE DE LA RTBF

Voici un dernier exemple de "promo maison" tout-à-fait récurrent.

Le site Internet de la RTBF est un nouveau joujou particulièrement coûteux qu'il faut absolument rentabiliser. La Médiatrice en serait-elle l'attachée de presse ?

L.A.T.A. peut aligner autant de critiques que de remarques positives à propos de ce site. Les émissions de "médiation" ignorent toute critique et ne cherchent même pas à entamer un débat contradictoire. Il est vrai que ne sont invités à s'exprimer, dans ces émissions, que des membres du personnel de la RTBF !

- Le site reformaté *"est superbe"* (09/10/2000); le site des élections commu-

nales a "fort bien marché" (09/10/2000)

- "Toutes les radios (de la RTBF) sur le net avant la fin de cette année"; "Quand on peut pousser un cocorico, on le fait". (09/10/2000)

- Cette info est fautive et ce cocorico est ridicule puisqu'il faudra, en fait, attendre le printemps 2001 pour découvrir les radios de la RTBF sur le net ! L'émission du 27/03/2001 nous apprend que le site Internet de la RTBF se développe, qu'il propose beaucoup d'informations et que les radios y seront en ligne "à la mi-avril sans doute". La Médiatrice nous explique qu'à la RTBF : "On veut faire la chose de façon fiable et professionnelle" (en ne respectant pas les délais ?) et qu'il y aura "une très gros-

se communication qui sera faite par la direction de la radio en temps utile"... Françoise de Thier, Médiatrice ou petit soldat chargé de la "communication" de la RTBF ?

#### LE PRIX DES COPIES

La séquence sert aussi à faire la promo de la vente de copies d'émissions demandées par les usagers de la RTBF. Stéphane Pollart, le collaborateur de la Médiatrice, ne nous donne aucun élément précis de la tarification de ce service mais essaie de justifier les prix pratiqués : "...Une émission d'une heure, c'est une heure de copie, donc cela a mobilisé un agent pendant une heure pour faire cette copie...". Apparemment, Stéphane Pollart ne sait pas que l'on peut parfois faire des

copies en accéléré ou... qu'il n'est peut-être pas interdit à l'agent de la RTBF de mener d'autres tâches pendant l'heure où la copie se réalise... Bref, avec pareille explication, on prend les auditeurs pour des nigauds... dans une émission de médiation ? (27/03/2001)

#### PLAINTES OU PAS ?

Pour la Médiatrice, les avis du public sur différents conflits (les enfants disparus, l'extrême-droite, le conflit israélo-palestinien) ne constituent pas des "plaintes" car on est ici dans le domaine de la subjectivité. (16/10/2000)

Il nous semble que la réalité est plus complexe. Dans certains cas, il y a simple avis lorsqu'un usager s'exprime sur les enjeux de tel ou tel conflit. Par contre, s'il y a

## Double casquette

La Médiatrice de la RTBF effectue d'autres tâches dont le travail de communication de l'Administrateur général, la revue de presse de l'Institut, etc. Est-ce normal ?

Depuis plusieurs années, à la fin août, l'A.T.A. était invitée à l'annuelle conférence de presse qui présente la nouvelle saison télévisée de la RTBF.

L'année dernière, ce n'est plus le service de presse de la RTBF mais bien l'entourage direct de Christian Druitte, l'Administrateur général, qui s'est chargé d'envoyer les invitations.

L'A.T.A. ne sera pas invitée. Pour être bien certain qu'il ne s'agissait pas d'un "oubli", l'A.T.A. a envoyé à Christian Druitte, le 22 août 2000, le FAX suivant :

*"Chaque année, la RTBF nous invite à assister à sa conférence de presse de la fin août qui présente la nouvelle saison de la télévision. Nous avons appris que, cette année, cette rencontre serait particulièrement axée sur les coproductions et les téléfilms et qu'elle se déroulait après-demain. Ce sujet nous intéresse beaucoup. Pourriez-vous avoir l'amabilité de nous y inviter ?"*

Le lendemain, nous recevons un FAX... signé par la "Responsable de la Communication", Mme Françoise de Thier, alias la médiatrice de la RTBF ! (voir ci-dessous)

Facile de réserver la priorité à la presse quotidienne et hebdomadaire... alors que "Comment Téléze-Vous ?" est l'un des très rares mensuels axé exclusivement sur la problématique de la télévision !

Difficile de ne pas imaginer que la règle ait été faite sur mesure ! ■



Cabinet de l'Administrateur Général

Monsieur Bernard Hennebert  
Coordinateur ATA asbl  
Rue Américaine, 106  
1050 - Bruxelles

Bruxelles, le 23 août 2000  
FdT/ad/2000-1673

Cher Monsieur,

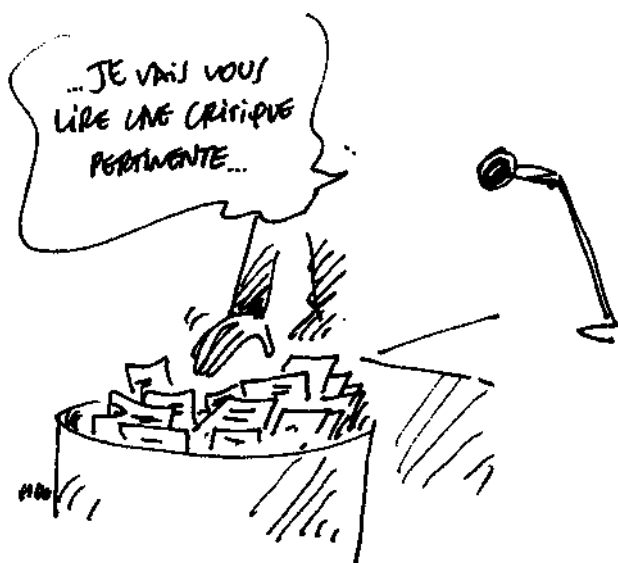
Votre courrier du 22 août 2000, par lequel vous demandez d'être invité à la Conférence de Presse de rentrée de l'Administrateur général de la RTBF nous est bien parvenu.

Il ne nous sera malheureusement pas possible d'y réserver une suite favorable, le nombre de places prévues étant limité et réservé en stricte priorité aux organes de presse quotidienne et hebdomadaire.

Nous connaissons votre intérêt pour les programmes de la RTBF et ne manquerons pas de vous faire parvenir un dossier de presse complet.

Veuillez croire, Cher Monsieur, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs

Françoise de THIER  
Responsable de la Communication



mensonge par omission ou surexposition d'un élément du conflit, le public a le droit de porter "plainte". Il suffit de se souvenir du traitement de certaines phases de la Guerre du Golfe ou du Kosovo...

Pour prendre un exemple récent, l'émission "Au nom de la loi" du 04/04/2001 mériterait un débat. En effet, elle analyse de façon assez correcte un dossier fantaisiste axé sur un prétendu réseau de pédophilie (l'affaire de l'école de la rue des Eburons) mais elle crée un amalgame condamnable lorsque, dans sa présentation à la presse, elle relie implicitement ce dossier à l'affaire Dutroux dont "la théorie du grand réseau pédophile a depuis longtemps du plomb dans l'aile". Le fait qu'au Nom de la Loi démontre que l'idée de "réseau" est montée de toute pièce par quelques individus dans l'affaire de la rue des Eburons, ne renforce, ni ne déforce l'interrogation -réseau ou pas- que l'on continue à vivre dans l'affaire Dutroux. S'il n'y a pas "réseau" dans une affaire A, cela ne prouve nullement qu'il y a ou qu'il n'y a pas "réseau" dans l'affaire B, comme tente de l'insinuer de façon contestable l'émission du Centre de Charleroi.

### QUELLES PLAINTES ?

En fin d'émission, Véronique Thyberghien, avant de donner les coordonnées, indique "...Si vous avez des questions pour le Service Médiation"... Les mots "plaintes" et "félicitations" sont omis. (16/10/2000)

Dans un inventaire du courrier reçu, la Médiatrice donne un exemple concret en ce qui concerne les demandes de renseignement (par exemple, la référence d'un disque) mais rien de concret lorsqu'elle parle des plaintes. (27/02/2001)

Quelques semaines plus tard, alors que l'A.T.A. a dénoncé de façon très détaillée auprès des Parlementaires, le 07/03/2001, les dysfonctionnements du Service de Médiation de la RTBE.. Oh, hasard... le ton

devient très différent dans la séquence radio :

- Traiter une plainte : "...C'est peut-être la fonction principale". (27/03/2001)

- Après le traitement d'une plainte, Véronique Thyberghien en remet une couche : "...Cela remet en cause. C'est toujours bien de le faire !" (27/03/2001)

### JEP OU CSA ?

La manière dont le public peut porter plainte est expliquée de façon partielle dans une émission consacrée au contrôle du contenu des écrans publicitaires. (06/11/2000)

Deux organes extérieurs peuvent accueillir les plaintes des usagers.

Le JEP qui regroupe les publicitaires, semble fonctionner de façon inefficace et partielle (de nombreux avis allant dans ce sens se sont exprimés lors de l'affaire Adecco) et légalement, il ne peut jamais sanctionner une chaîne ou un annonceur. Il s'agit d'un jury de type corporatiste "alibi" auquel l'A.T.A., depuis des années, déconseille aux usagers de s'adresser.

La RTBF aurait-elle intérêt à ce que le public qui veut porter plainte contre elle tombe dans la gueule du loup ? Toujours est-il que dans cette émission, la Médiatrice et Simon Pierre de Coster, l'un des juristes attachés à la RTBE, citent à plusieurs reprises le JEP et donnent son adresse.

A la fin de l'émission, une seule fois sera cité le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. Sa spécificité ne sera pas détaillée. Le CSA est pourtant l'organe officiel de régulation qui traite toutes les plaintes des usagers et qui peut éditer des avis qui sont transmis au Gouvernement, sanctionner, etc. Bref, c'est la meilleure adresse pour porter plainte. Cela ne sera pas dit au cours de cette émission et d'ailleurs une adresse erronée du CSA sera donnée dans un premier temps, puis rectifiée...

Quand on connaît la différence entre le JEP et le CSA, on peut s'étonner qu'elle ne soit pas signifiée au public.

Simon Pierre de Coster terminera son intervention en disant "...Les deux institutions examinent les plaintes mais passez d'abord par le service de médiation de la RTBE...". Les représentants de la RTBE ont-ils vraiment peur que le public ne découvre le chemin qui mène au CSA, ce dernier ayant récemment condamné la RTBE pour publicité clandestine dans "Télétourisme" ?

Près de trois mois plus tard, à la fin de l'émission du 30/01/2001, deux bonnes adresses sont citées : celles du CSA et du JEP.

A nouveau le JEP est favorisé car son adresse électronique sera mentionné. Ce qui ne sera pas le cas du CSA. A nouveau, ce qui différencie le CSA du JEP ne sera pas expliqué.

### SANS TÉMOIGNAGE

Un spot pour l'opération 11.11.11 réalisé par le CNCD a été retiré de l'antenne car considéré comme litigieux. Voilà un beau sujet pour une émission de Médiation. Hélas, l'auditeur n'aura pas l'occasion de réécouter le spot. Aucun extrait des lettres des auditeurs qui ont réagi à ce spot ne sera pas lu à l'antenne. Il est donc difficile pour l'auditeur de se faire une idée et celui-ci doit faire aveuglément confiance à la Médiatrice qui présente l'émission. (20/11/2000)

Même remarque pour l'émission<sup>(2)</sup> au cours de laquelle Claude Delacroix explique pourquoi les rires "vulgaires et stupides" ont été supprimés d'un spot publicitaire. (21/03/2001)

### CRITÈRES DE CHOIX

A propos de l'affaire Adecco, Véronique Thyberghien annonce : "On va essayer de répondre aux questions du public qui sont revenues le plus régulièrement". La fréquence d'une question ne veut nullement dire qu'elle soit pertinente. Ne faut-il pas donner la priorité aux questions pertinentes, qu'elles soient posées par une ou par de multiples personnes ? Ne peut-on pas craindre qu'une question gênante soit éliminée sous prétexte qu'une seule personne l'ait posée ? (30/01/2001)

### EXCESSIVES, RIDICULES ?

Le 30/01/2001, sur le thème de la diffusion d'images violentes, la Médiatrice cite un témoignage particulièrement excessif d'un téléspectateur dont elle donne le nom (Michel Roussin).

Le 27/02/2001, Sur le thème des feuilletons en V.O., la médiatrice cite non sans ironie un témoignage d'une personne qui n'a pas compris que Friends est diffusé sur RTL TVi et pas sur la

RTBF. Son nom est cité sur antenne (Chantal Van Pe).

C'est quand même curieux que parmi des centaines de lettres, celles, très peu nombreuses, qui sont choisies et dont le nom de l'auteur est cité à l'antenne, soient souvent des lettres qui peuvent donner une idée aussi "pauvre" du téléspectateur...

L'A.T.A. reçoit pourtant assez régulièrement copie de courriers autrement passionnants envoyés à la RTBF.

Ainsi, récemment, cet auditeur qui trouvait que poser, dans le Jeu du Crédit à l'Industrie (La première, vers 7H20), la question de savoir dans quelle ville le général Pinochet séjournait avant sa libération par la justice anglaise, lui semblait insultant pour les victimes du régime Pinochet. Il ironisait, en proposant une autre question pour ce jeu : "A quelle date ont été retrouvés les corps de Julie et Mélissa ? Le 11 août 1995 ? Le 12 août 1995 ? Le 13 août 1995 ?...". L'A.T.A. ne se positionne pas par rapport à cette critique mais elle constate qu'il y a là un débat utile : existe-t-il des sujets qu'il est indécent de transformer en questions pour un Jeu ?

Ce type de lettres et de débats ne sont pas sélectionnés. Quels sont les critères de sélection ? Ridiculiser le public qui écrit pour dévaloriser l'idée même de médiation ? On espère se tromper...

### AMNÉSIES

Il arrive à Françoise de Thier de confondre la règle... et son application.

Ainsi, elle affirme : "...*Quand il y a dans le*

*Journal Télévisé des images d'une violence particulière, le présentateur fait toujours des avertissements bien circonstanciés avant. Dans tous les cas, mais cela fait partie de notre code de déontologie à la RTBF, si on diffuse une image de violence, c'est toujours accompagné d'un commentaire et c'est pour illustrer quelque chose, ce n'est pas diffuser de la violence pour diffuser de la violence...*" (02/10/2000). Pour-

quoi martèle-t-elle ainsi à deux reprises ce "toujours" fort peu nuancé ? A-t-elle oublié qu'elle même nous a envoyé, le 02/02/1999, un courrier qui reconnaissait qu'avant une rediffusion des images filmées au Congo où l'on assistait à la tentative d'exécution d'un homme du haut d'un pont, qu'un avertissement aux téléspectateurs aurait pu être justifié ?

Au cours d'une émission consacrée à la signalétique jeunesse (dite également "antiviolence"), Françoise de Thier s'abstient de mentionner le fait que, dans un premier temps, les chaînes (dont la RTBF) et le CSA ont prôné une signalétique plus légère que celle qui était appliquée en France.

A l'époque, seule contre tous, l'A.T.A. s'était opposée à ce fait et avait titré à la une du "Comment Télé-Vous ?" daté du 19/01/2000 : "Quel gâchis !". Nous y écrivions : "...Plusieurs médias ont présenté la nouvelle signalétique en laissant croire au public qu'elle était la réplique de sa grande sœur française. Il s'agit d'une copie... particulièrement alléguée. Cette atti-

tude irresponsable ralentira la mise en place d'une signalétique unique au niveau Européen...". Il faudra encore près de deux ans de pressions pour qu'enfin, la signalétique "à la française" soit complètement appliquée à partir du 1<sup>er</sup> novembre 2000. Entre-temps, le Directeur de la télévision (RTBF), Gérard Lovérius, avait pris position pour une évolution allant –enfin– dans le même sens que l'A.T.A.

Ainsi, Françoise de Thier réécrit l'histoire à sa façon, en y gommant les épisodes les moins glorieux pour la RTBF. Lorsque Véronique Thyberghien demande à la Médiatrice si c'est par souci de cohésion qu'on a pris la même signalétique que celle qui existe en France, elle répond assez laconiquement : "...*Puisque les chaînes françaises sont captées chez nous, ce serait un peu malheureux qu'il y ait des sigles différents, suivant qu'on regarde France 2 ou RTL TVi...*" (02/10/2000)

Amnésie, quand tu nous tiens... Tiens, la revoilà ! Françoise de Thier explique presque poétiquement qu'Ally McBeal (le feuilleton) est "en vacances" parce que la priorité de la RTBF va, ces semaines-là, à la finale de "Pour la gloire" et l'opération 48.81.00. Elle annonce que les rediffusions de ce feuilleton en version française démarreront dès le 21 octobre 2000. Pour la 3<sup>ème</sup> saison en V.O. sous-titrée, il faudra attendre janvier 2001. (09/10/2000)

Cette brève information promotionnelle fait l'impasse

## Dans la gueule du loup

Le JEP tant prisé par le service de médiation de la RTBF (voir article page 6) a un grand frère en France, il s'agit du BVP (le Bureau de Vérification de la Publicité).

Le Hors-Série N°13 de Charlie Hebdo "A bas la pub !" (mai 2001) y consacre un chapitre intitulé "L'ordre des publicitaires que Pétain aurait aimé créer". Pour Charlie Hebdo, le BVP a pour unique but non pas la vérification mais bien la protection de la publicité ! Pour rappel, ses avis défavorables ont sanctionné les spots d'Amnesty International à deux reprises (la Chine; la peine de mort aux USA) ainsi que le film sur une "Journée sans achat" de l'Association "Casseurs de Pub".

Dans les 80 pages de ce Hors Série vendu 210 FB, il y a bien d'autres informations peu médiatisées sur la publicité et ses effets pervers. Plusieurs associations d'usagers qui ripostent à cette intoxication mentale sont présentées avec force de détails. C'est là qu'on se rend compte que la Communauté française est bien pauvre par rapport à sa voisine... Où sont nos

groupes d'action anti-pub ? Saviez-vous qu'en France, le RAP (Résistance à l'agression publicitaire) était intervenu, une trentaine de fois, dans les salles de cinéma pour s'opposer aux projections publicitaires ? Par exemple, en projetant sur l'écran le texte suivant : "Si vous préférez voir un court-métrage à la place de la publicité, sifflez..." ! Il y a également la revue "Casseurs de pub" animée par d'anciens publicitaires, ainsi que la "Journée sans achat". Enfin, l'association "Paysages de France" lutte contre "tout ce qui pourrait la vue". Elle tente, dans un premier temps, de faire respecter les lois qui protègent l'environnement "visuel". Trois ans de bataille leur ont permis, par exemple, d'obtenir officiellement le démontage d'un des plus gros dispositifs publicitaires de France sur une route dans la banlieue de Grenoble.

A quand, un "Autant savoir" sur pareille thématique ?

Pour en savoir davantage, lisez et offrez "A bas la pub !", en vente en librairie jusque fin juin 2001. ■

RAP :

<http://www.antipub.net>

Paysage de France :

<http://paysagesdefrance.free.fr>



sur un débat de fond annoncé, un mois plus tôt, aux téléspectateurs qui préfèrent Ally McBeal en V.O. En effet, à la fin de l'émission du 11/09/2000, la Médiatrice avait signalé qu'elle recevait beaucoup de courrier et de e-mails de fans qui regrettaient l'interruption de la diffusion d'Ally McBeal en V.O. Dans la foulée de cette information, Véronique Thyberghien avait dit : "On y reviendra peut-être avec Françoise sur ce problème de V.O.". Le 09/10/2000, on y revient... mais sous forme d'une annonce promotionnelle et non sous la forme d'un travail explicatif.

Amnésie, troisième ! A propos de réactions "virulentes" faisait suite à un "Ecran Témoin" axé sur le sexe à l'écran, la Médiatrice rappelle judicieusement qu'il existe également "une responsabilité du téléspectateur" puisque le contenu de l'émission avait été signalé à la presse et que la signalétique avait été affichée. Par contre, la Médiatrice ne s'interrogera pas sur la possibilité d'une escalade du sensationnalisme causée par la recherche de l'audimat et liée à la pression des annonceurs publicitaires.

A propos de la signalétique, la Médiatrice se demande si elle n'est "peut-être pas suffisamment entrée dans les mœurs". La question est judicieuse et essentielle lorsque l'on sait qu'en France, des enquêtes démontrent qu'une partie importante du public n'a pas encore assimilé le sens des différents pictogrammes (chez nous, pareilles enquêtes n'ont pas encore été entreprises). La Médiatrice annonce la publication prochaine d'une brochure expliquant la signalétique aux enfants... Mais elle ne mentionne pas une autre information sur cette thématique qui concerne directement la RTBF. En effet, le Directeur de la télévision (RTBF), Gérard Lovérius, écrivait à l'A.T.A., le 28/4/2000, qu'il ne "verrait aucune objection à ce que les différentes chaînes

belges qui utilisent la signalétique diffusent de temps à autre un spot reprenant les différents icônes et leur signification". Ce que la RTBF (et les autres chaînes) tardent à mettre en pratique...

Aux personnes qui ne supportent pas lesdits programmes, la Médiatrice, en fin d'émission, "conseille la zapette"... Est-ce un symbole de la non-médiation ? Le but du médiateur n'est-il pas de tenter de trouver un consensus plutôt que de chasser les mécontents vers d'autres chaînes ? (30/10/2000)

### PROPAGANDE

Ce n'est plus de l'amnésie, c'est pire : une présentation partielle d'un débat qui ne permet pas au public de se positionner librement sur les enjeux ainsi occultés. Le thème choisi pour l'émission – la typologie des courriers envoyés par le public à la RTBF – permet de laisser imaginer qu'une déclaration du Ministre de l'Audiovisuel Richard Miller ne serait pas en adéquation avec les avis des usagers. (13/11/2000)

L'émission de médiation sert donc d'arme défensive, voire offensive, pour contrer une prise de position ministérielle qui déplaît à la direction de la RTBF. Cela n'a donc plus rien à voir avec de la médiation et les auditeurs sont pris en otage.

La Médiatrice explique sommairement que les séries "...sont un peu critiquées pour l'instant". Heureusement, il y a ces lettres qui... "totalisent 10% du courrier TV que nous avons enregistré jusqu'à présent. C'est quand même pas mal ! Ces 10%, ce n'est pas "On n'aime pas les séries". Que du contraire ! C'est : "Quand telle série revient-elle à l'antenne ? Ally McBeal, Buffy et les Vampires, le Caméléon, Profiler, etc.". Donc, il y a un petit paradoxe, là. Le public apprécie et on peut dire qu'il apprécie réellement. Il y a un petit paradoxe par rapport aux critiques que nous rencontrons pour l'instant".

Par cet ultime "nous", la

Médiatrice se présente comme la porte-parole de son institution. Oublie-t-elle que son rôle est d'assurer la médiation entre la RTBF et le public ?

Pire ! Son raisonnement transforme en sondage le courrier d'un public de fans.

Une troisième critique s'impose. Pressée de prendre arbitrairement position, la Médiatrice ne décrit même pas les enjeux du débat. Elle ne précise pas que le Ministre critique la concentration de cinq séries américaines, chaque dimanche. Elle ne relaie donc pas son argumentation.

### "UN PEU PLUS SÉRIEUX"

La Direction de la RTBF prend-elle au sérieux les séquences radiophoniques consacrées à la médiation ? On peut en douter...

Le 21/03/2001, Claude Delacroix, le Directeur des radios de la RTBF, et la Médiatrice, à propos d'une publicité contestée, sont interrogés par Jean-Pierre Hautier, Directeur de La Première, dans "Bonjour quand même" son émission quotidienne qui se déroule entre 9H et 10H.

Ensuite, de 10H à 11H, Claude Delacroix va présenter sa propre émission : "Le classique des Classiques".

"Bonjour quand même" touche à sa fin. Après que la Médiatrice ait proposé ses coordonnées, Jean-Pierre Hautier enchaîne : "Merci, Françoise de Thier. Claude Delacroix, restez là. Dans quelques instants, un rôle un peu plus sérieux... (rires dans le studio)... l'émission "Le classique des Classiques"...". ■

(1) Emissions analysées : Douze séquences de 5 minutes dans "Tout autre chose" : 04, 11 et 25/09/2000; 2, 9, 16 et 30/10/2000; 6, 13, 20 et 27/11/2000; 4/12/2000.

Trois séquences d'une heure dans "Tout autre chose" : 30/01/2001; 27/02/2001; 27/03/2001.

Enfin, une séquence de 5 minutes dans "Bonjour quand même" : 21/03/2001.

(2) Tous les autres exemples sont extraits de l'émission "Tout autre chose". Cet exemple-ci est extrait de la courte séquence programmée tous les quinze jours par l'émission de radio qui est animée chaque matin entre 9H et 10H par Jean-Pierre Hautier sur La Première, "Bonjour quand même".



## DEUXIÈME PARTIE

*Interview-bilan de Didier Epelbaum (France 2)*

# "LE MÉDIATEUR EST UN POMPIER"

*Didier Epelbaum présenta pour la dernière fois "L'Hebdo du Médiateur", le samedi 24 juin 2000 à 13H13, sur France 2, dans la foulée du JT de Béatrice Schoenberg. C'était sa 75ème émission.*

*Ainsi s'achevait son mandat de deux ans non renouvelable de Médiateur de la rédaction de France 2.*

• • •

L'A.T.A. l'a interviewé deux jours plus tôt, le 22 juin 2000, pour tirer un bilan de deux années de mise en place de cette émission qui semble actuellement une "référence" pour les plus hautes instances de la RTBF.

**- A.T.A. : Vous faites le bilan de deux années de médiation. Qu'avez-vous envie de dire en premier lieu au public ?**

- Didier Epelbaum : Merci. Parce que sans le public, le travail du médiateur n'aurait pas existé. Il a été un partenaire de la médiation. Surtout les téléspectateurs qui ont vaincu leur trac et qui ont eu le culot, le courage d'intervenir en direct à la télévision, ce qui n'est jamais simple. Ce ne sont pas ce que Pierre Bourdieu appelle les "professionnels de la parole". J'ai plutôt choisi des personnes qui n'étaient pas liées à des associations ou qui n'avaient pas d'activités publiques. C'étaient des téléspectateurs de base. Ils ont joué le jeu à fond. En tout cas, ils ont prouvé qu'il y avait au moins du côté d'une

partie du public une demande pour ce genre de dialogue entre les téléspectateurs et la télévision.

### RÉACTIONS

**- Quelle est l'audience de l'Hebdo du Médiateur ?**

- On a dépassé l'audience du JT de 13H, une douzaine de fois sur une soixantaine d'émissions. En général, elle est légèrement plus faible que celle du JT. Entre 2.500.000 et 3.000.000 de téléspectateurs avec un record à 3.300.000 ! Comme les gens ne regardent pas nécessairement chaque semaine, on peut estimer à 5 millions le nombre de téléspectateurs intéressés par ce dialogue télévision-téléspectateurs. C'est un succès.

**- Après ce bilan quantitatif, passons au qualitatif...**

- Le public qui nous écrit est représentatif des téléspectateurs : très large, très représentatif de l'ensemble de la nation. Le plus jeune avait 9 ans et le plus âgé, 98.

Du professeur d'université au retraité en milieu rural, les éleveurs de porcs de Bretagne comme les avocats ou les médecins... Il y a absolument tout le monde.

Il y a peut-être deux groupes de téléspectateurs à distinguer parce qu'ils écrivent davantage.

D'abord, les enseignants parce que les enfants et les ados regardent beaucoup la télévision et donc elle constitue un élément de leur culture. Les enseignants sont donc obligés de savoir ce qui se passe à la télévision. D'autre part, la télé est une concurren-

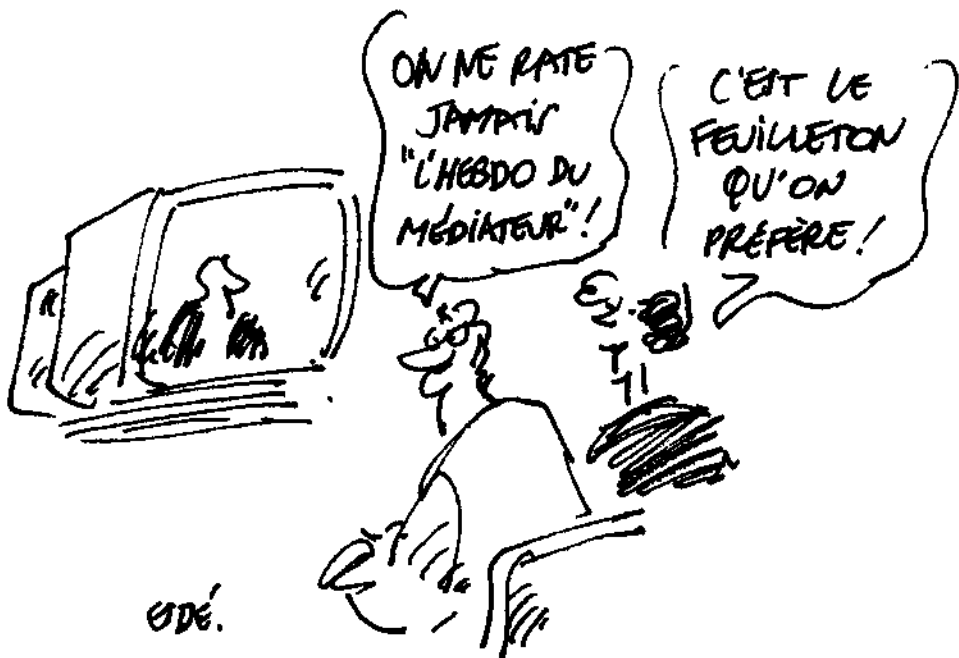
rente. Une partie de la culture des élèves est impulsée par le petit écran. Pendant pas mal d'années, la télé était tabou : les professeurs ne voulaient pas en parler. On faisait comme si elle n'existait pas. C'était quelque chose de pernicieux. Maintenant, avec la jeune génération des professeurs, on sait que la télévision est à la fois une ennemie et un partenaire. Ils savent qu'ils peuvent agir sur la télévision.

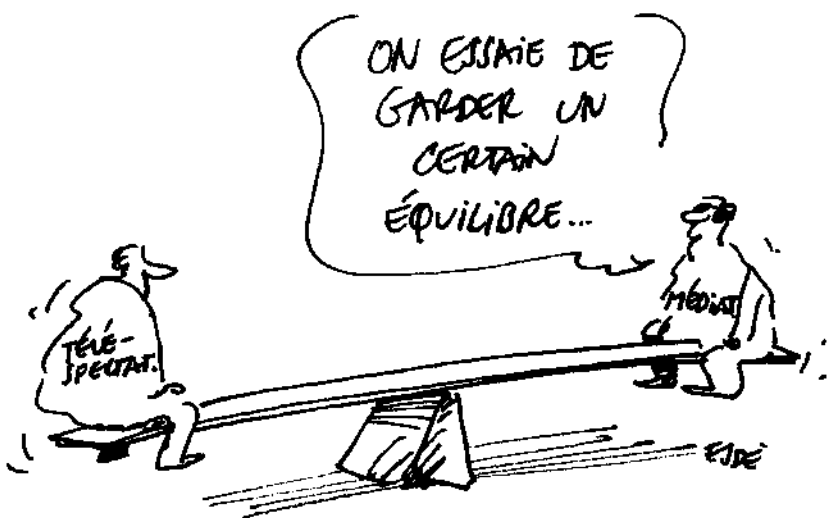
Et ensuite, surtout depuis qu'Internet se développe, il y a tous les métiers de la communication. Ces gens-là s'intéressent beaucoup à la manière dont s'élaborent les émissions. Ils ont un avis et ils le donnent.

L'actualité joue également un rôle. Quand il y a des affaires de violence urbaine, par exemple, ce sont plutôt les habitants de ces quartiers-là, très concernés, qui écrivent.

**- Au cours d'une semaine "normale", vous recevez combien de courriers ?**

- Il n'y a pas de semaine "moyenne". C'est assez irrégulier. La création du médiateur a été un appel. Beaucoup de gens nous disent : "Je n'aurais jamais eu l'idée d'écrire à la télévision mais maintenant que je sais qu'il y a quelqu'un qui reçoit le courrier et qui le lit, cela m'encourage...". En septembre 1998, lorsque l'émission a commencé, j'ai reçu environ 150 lettres au cours du mois. Le nombre des lettres a augmenté progressivement. En pleine guerre du Kosovo, au mois de mai, nous avons reçu environ 900 lettres. Ensuite, l'effervescen-





ce est un peu retombée mais Internet s'est développé de plus en plus. Aujourd'hui, plus des 3/4 du courrier que nous recevons utilise le support Internet. C'est très irrégulier : certains jours, il y a 10 messages Internet, et d'autres jours, 50. Le record a été atteint au mois de mars dernier, en pleine grève des enseignants : 1.500 courriers en tout durant le mois. Maintenant c'est un peu retombé. Pour un mois calme, il faut compter sur 500 à 600 courriers.

**- Répondez-vous à tout le courrier ?**

- Non. On ne répond pas à tout cela. Cela n'est pas possible. Il y a toutes sortes de demandes. Il y a beaucoup de demandes de renseignements. Par exemple, dans les sujets sur la santé, lorsqu'on présente un nouveau traitement. Là, on s'efforce de toujours y répondre...

**- Le "on", c'est combien de personnes ?**

- C'est mon assistante et moi. Sur les sujets très spé-

cialisés, on passe le courrier au journaliste qui a traité le sujet et on lui demande de répondre.

Le chef du service économique et social Gérard Leclerc avait, dans un éditorial, dit que la grève des enseignants était "corporatiste", ce qui lui a valu une quinzaine de courriers. Je n'allais pas faire une émission sur l'emploi d'un mot. C'était très limité mais cela prêtait à commentaire. Et donc Gérard Leclerc a répondu personnellement à toutes ces remarques.

**- Votre équipe lit tout le courrier que vous recevez ?**

- Oui, on lit tout.

**CHOIX DES THÉMATIQUES**

**- Le choix du thème de l'émission se fait parfois à partir de demandes de la rédaction ?**

- Non, jamais. C'est toujours sur la base du courrier. Je traite toujours des sujets qui ont été soulevés par les

télespectateurs. Je me laisse porté par eux. Cela peut être une seule lettre, isolée, si elle est très pertinente. Et quand il y a quelques dizaines de lettres, je me sens obligé d'aborder la thématique qu'elles développent. Je ne me pose même pas la question. Il y a eu des exceptions. En juin dernier, on avait abordé la panique concernant Coca-Cola depuis l'usine de Dunkerque. Quelques mois plus tard, lorsque j'ai découvert le rapport fait par les services sanitaires épidémiologiques, je l'ai trouvé très intéressant et il fut très peu médiatisé. Revenir sur un sujet déjà traité, mais avec une enquête conséquente qui analysait l'hystérie collective et la manière dont les médias avaient gonflé cette problématique... C'est la première fois que je revenais sur un sujet, six mois après. Cela a été bien perçu par les télespectateurs.

**- Le médiateur doit-il uniquement traiter le contenu des émissions ou peut-il se positionner sur le**

***Qu'en pense Marc Tessier ?***

Marc Tessier, le Président de France Télévision, fut l'invité de "L'Hebdo du Médiateur" du 24 juin 2000.

Ce jour-là, Didier Epelbaum présentait sa 75<sup>ème</sup> et dernière émission puisque son mandat de deux ans non renouvelable de médiateur de la Rédaction de France 2 s'achevait.

Les propos de Marc Tessier crédibilisent la fonction du médiateur et l'émission hebdomadaire de télévision qu'il anime.

**SEULEMENT MAINTENANT !**

*"...Ma surprise est d'avoir découvert que la médiation n'avait été créée qu'un an avant mon arrivée... Si nous sommes pionniers, c'est formidable. Si nous sommes les seuls, c'est peut-être regrettable. Et si nous le faisons... c'est naturel ! Cela donne le sentiment que le service public est à l'écoute, qu'il est proche..."*

**VRAI BESOIN**

*"...Le succès croissant de votre émission traduit bien le fait qu'elle remplit un vrai besoin..."*

**AUCUN DANGER**

A la question de Didier Epelbaum qui laisse entendre qu'à l'intérieur de la

rédaction de France 2, certains laissaient entendre qu'il s'agit là d'autoflagellation et de masochisme : *"...Non ! Vous représentez le téléspectateur ainsi que la chaîne... Il faut accepter la critique. Elle n'est pas de l'autoflagellation. Nous ne nous critiquons pas nous-mêmes. Ce sont les autres qui nous critiquent... Cela nous aide à progresser également..."*

**INDÉPENDANCE**

*"...C'est dans la charte du médiateur : vous avez la totale liberté de choisir vos sujets. Votre seule obligation, c'est de partir de ce que vous ressentez des téléspectateurs que vous représentez"*

**DE 10 À 20 MINUTES**

*"...A la question de savoir s'il faut développer la médiation, la réponse est évidemment positive. Au départ, vous aviez dix minutes. Vous en avez maintenant vingt. Sans être racoleur, nous atteignons parfois des performances très fortes"*

**LE MOT DE LA FIN**

La dernière réplique de Didier Epelbaum dans cette émission s'adressera aux... (nos lecteurs vont sourire !) : *"...téléspectateurs actifs qui ne veulent plus être simplement des consommateurs passifs d'images..."*. Le 1<sup>er</sup> juillet 2000, Jean-Claude Allanic succédait à Didier Epelbaum. ■

**fonctionnement et l'évolution du service de l'information ? Je vous avais écrit une lettre m'étonnant que France 2 était l'un des derniers Services publics européen à ne pas programmer un journal télévisé pour les enfants... Ce sujet aurait peut-être intéressé nombre de téléspectateurs. Vous n'avez pas sélectionné cette thématique pour votre émission. Pour quelle raison ?**

- Le médiateur n'a pas à recevoir des plaintes sur ce qui n'a pas été diffusé. Il faut aussi tenir compte que cette émission est nouvelle. On a proposé des émissions fort différentes, on a lancé des hameçons. Aucune émission n'a fait un flop. A un moment, on m'a reproché d'inviter des experts un peu "haut de gamme". Par exemple, à propos d'un reportage sur l'hépatite B. Une téléspectatrice m'a dit qu'elle n'avait pas compris ce qui s'était dit. Un autre lui a répondu : "C'est vrai que c'était compliqué mais cela m'intéresse. Même si je ne comprends pas tout, je veux entendre ce spécialiste. Ainsi, j'apprends quelque chose...".

Le problème de ce que pourrait faire la télévision et qu'elle ne fait pas, cela ne ressort pas du médiateur. Débattre de la programmation, c'est assez compliqué. C'est vraiment le rôle d'associations de téléspectateurs ou d'associations tout court. Le CSA est une très bonne adresse pour cela. C'est quand même l'organisme qui est chargé de veiller à l'application du cahier des charges. Le CSA traite toutes les démarches : si un groupe lui écrit, sa demande sera prise en considération et sera également transmise au Président de France Télévision. Les téléspectateurs sous-estiment leur pouvoir... Dès qu'on forme un groupe, que l'on défend des idées et qu'on les diffuse, on a un

certain pouvoir. Peut-être est-ce une goutte d'eau dans l'océan mais elle existe. Les associations sous-estiment leur capacité. Souvent, elles pensent que personne ne les écouterait. Ce n'est pas vrai. On écoute. Il y a même des gens qui sont payés pour cela ! Pour les "manques", il faut donc s'adresser plutôt à la Présidence et au CSA. Le médiateur, lui, c'est un pompier. Il faut un incendie pour qu'il intervienne.

### RECONNAISSANCE DU PUBLIC

**- Au moment du bilan, quelles furent donc les retombées de votre travail sur le public ?**

- Les gens réagissent pas mal sur l'émission elle-même. Ils donnent leur avis. C'est très positif. Il y a peu de critiques. Ils trouvent le procédé intéressant, novateur et devrait être étendu à d'autres médias. Il correspond bien à l'idée de service public. C'est une démarche courageuse et honnête que celle de journalistes qui viennent répondre aux critiques. Elle témoigne de la responsabilité des journalistes et rassure sur la pertinence de leur travail.

Pour les téléspectateurs, cette émission est l'outil d'une reconnaissance du public. Le point central de notre démarche, c'est la présence du téléspectateur dans l'émission. Il peut s'y exprimer en liberté. On le respecte, on le reconnaît.

A propos du contenu de l'émission, les gens apprécient que c'est un vrai créneau d'information, qu'on y dit la vérité. Ils notent la qualité du travail, la prise de recul, la réflexion sur les difficultés de l'information.

**- Et les critiques ?**

- Elles composent environ 15% des réactions. Il y a les incrédules qui considèrent que l'émission sert d'alibi. A côté de cette "bonne conscience", on continue à faire les mêmes bêtises. On

fait croire à tort au public qu'il peut agir mais, en fait, on s'en fout. C'est de la démagogie et de l'hypocrisie. Le médiateur est un jésuite qui, sous le couvert de la critique, vise en fait à justifier les choix de la chaîne. Le médiateur n'a pas trouvé le bon positionnement : il doit proposer des solutions...

**- Est-ce tout-à-fait faux ?**

- Il y a une ambiguïté sur le terme de "médiateur". Il y a le Médiateur de la République. Il y a des médiateurs un peu partout en France. Ils sont chargés de résoudre des conflits.

Nous, on n'a pas inventé ce terme : il existait déjà et on n'avait pas mieux à proposer...

**- D'autres critiques ?**

- Le médiateur est inefficace. Il n'est pas suivi des faits puisque les mêmes erreurs sont répétées dans les "journaux". C'est partiellement vrai : certaines, oui, d'autres, non.

**- Des exemples ?**

- A l'occasion d'une grande manifestation de retraités à Paris, un des sujets du JT présentait un couple dont les revenus cumulés leur permettait de s'offrir deux croisières par an... Ce cas n'était pas représentatif des retraités. Un an plus tard, on a eu un cas assez proche sur les allocations parentales : la rédaction avait choisi le témoignage d'une famille où il y avait trois voitures... Je ne crois pas que ce cas de figure se répétera trois fois car le chef de service a été mis sur le grill à deux reprises...

**- Et un exemple... d'efficacité ?**

- Cela a très bien marché sur les questions de droits à l'image. Dans l'une des premières émissions, j'avais présenté trois cas de per-



sonnes qui n'étaient pas satisfaites de la manière dont on avait utilisé leur témoignage. Depuis, je n'ai presque plus eu de plaintes de ce type et je sais qu'il existe une véritable sensibilité sur cette question de la part de la rédaction. Ainsi, pendant les manifestations de lycéens où il y avait des casseurs qui se baladaient dans Paris, les cameramen et les journalistes se sont concertés pour préciser comment ils les filmeraient. En effet, on n'a pas le droit de montrer le visage d'un mineur en situation délicate.

### **- On poursuit le listing des critiques...**

- L'émission est trop courte et ne va pas assez loin. On devrait exploiter à fond les dossiers que l'on ouvre. Les critiques des téléspectateurs n'ont pas d'intérêt. Certains me reprochent aussi d'être un faux prétexte pour repasser des images choquantes.

### **EN DIRECT**

### **- Quelle est la plus grande difficulté que vous avez dû affronter ?**

- Au début, il a fallu asseoir très vite la crédibilité de l'émission.

### **- Est-ce pour cela que "L'Hebdo du Médiateur" est en direct ?**

- Cette décision a été prise avec la Direction de l'Info. Pierre-Henri Arnstam a voulu le "direct" pour qu'on ne puisse pas nous accuser de manipuler la parole des téléspectateurs.

### **- Redonner, en fin de parcours, la parole au téléspectateur pour conclure procède de la même intention ?**

- Tout-à-fait. Parfois ce n'est pas possible parce que les gens demandent à être enregistrés quand ils ne sont pas sûr d'eux, ce qui est tout-à-fait normal...

### **- C'est vrai : parfois, il y a également des communications téléphoniques préenregistrées...**

- Moi, je préfère toujours que les téléspectateurs interviennent en direct. Certains craignent le trac, d'autres ne se trouvent pas beau ou disent qu'ils ne sont pas faits pour la télé.

Quand le propos est intéressant, je propose la solution du téléphone. Je leur annonce qu'il y aura montage mais je signale à mes interlocuteurs ce que je prends et ce que je ne prends pas. Je fais toujours cela en accord avec eux.

Ainsi, un chômeur terminait son topo sur une attaque contre la Ministre du Travail, Martine Aubry. Ce n'était pas notre propos. Nous, on voulait s'intéresser à la manière dont la télévision parle des chômeurs. Je lui ai dit qu'on ne pourrait pas rebondir là-dessus. Ce n'était pas notre sujet. Il était d'accord et donc on a enlevé cette partie de l'entretien, d'un commun accord.

### **ÉDUCATION AUX MÉDIAS**

### **- L'Hebdo du Médiateur, est-ce également une émission d'éducation aux médias ? Le public qui la regarde régulièrement devient-il progressivement de plus en plus critique ?**

### **Est-ce là finalement le meilleur moyen pour, petit à petit, pousser la rédaction de France 2 à travailler de mieux en mieux ?**

- Pour une partie des journalistes, cela correspond à la réalité.

### **- Pensez-vous qu'il y a une partie importante de votre public qui entreprend "son éducation aux médias" en suivant votre travail ?**

- Les gens ont sans doute découvert à travers l'émission quelque chose qu'ils ne connaissaient pas : la manière de travailler des journalistes. Même "Arrêts sur images" (l'émission de La Cinquième) ne le montre pas très souvent.

### **PLUS EXIGEANT**

### **- Cette démarche a-t-elle un effet sur la pertinence des avis du public ?**

- Je pense que j'ai un public assez fidèle. Ces derniers mois, j'ai l'impression que le courrier est plus dur vis-à-vis de la télévision. Ma collègue, la Médiatrice des programmes (hors émissions d'info) de France 2 et France 3, Geneviève Guichenev, partage cette opinion.

### **- Qu'entendez-vous par "plus dur" ?**

- Plus revendicatif. Avec des raisons. Ils visent bien. Ils sont de plus en plus exigeants.

### **- Peut-être est-ce la conséquence du fait qu'ils seraient mieux informés ?**

- Ils sont mieux informés. Ils ont aussi plus conscience de leur pouvoir. Il y a la conjonction de ces deux faits. Cela mène à une reven-

dication de plus en plus pointue, de plus en plus exigeante à l'égard du Service public. Mes collègues de TF1 ou de M6 me disent qu'ils ne reçoivent pas ce type de courrier. Ce sont vraiment des lettres qui sont adressées au Service public par des gens qui disent : nous payons une redevance, donc nous avons un droit de regard et nous pouvons exiger.

### **- Comment se positionnent les journalistes de la rédaction de France 2 par rapport à votre travail ?**

- Il y a deux extrêmes. Certains sont furieusement pour, d'autres contre ! Enfin, il y a ceux qui sont au milieu : cela existe, on vit avec...

Globalement, plus les journalistes sont jeunes et plus ils sont ouverts à la médiation et au public. Ceux-ci viennent ici pour consulter le courrier. Ils me téléphonent pour savoir si le public a réagi à tel ou tel reportage. Du côté des chefs de service, il y a une collaboration tout-à-fait intéressante. On m'a dit que les jeunes journalistes voyaient dans le médiateur une protection contre certaines demandes qui peuvent être un peu difficiles à assumer pour eux. Les rédacteurs en chef doivent désormais affronter l'argument suivant qui leur est opposé par les reporters : Ouais, mais, attention, on risque de se retrouver sur la sellette chez le médiateur, samedi midi...

Plus on s'élève dans la hiérarchie, plus les attitudes sont critiques vis-à-vis de la médiation, à l'exception du Président dont, d'ailleurs, je dépend directement. Un autre cas particulier : le coprésentateur du 13H, Rachid Arhab, joue à fond pour la médiation et il a d'ailleurs posé sa candidature pour ce poste. Rachid enseigne également dans une école de journalisme... C'est un peu logique. C'est une autre approche.

Le topo, c'est que plus les gens sont exposés, moins ils acceptent d'être sous le feu de la critique. En fait, plus ils sont exposés et plus ils sont fragiles. Et il existe très peu d'autres métiers où l'on est aussi régulièrement remis en question, jour après jour. Pour chaque journaliste, chaque reportage remet en question toute une carrière. Cet état de fragilité permanente explique certaines attitudes. ■

## Pour la BBC : 157 personnes

L'association française Média, Télévision et Téléspectateurs est, en quelque sorte, l'enfant "audiovisuel" issu de l'union d'associations familiales et de la Ligue de l'Enseignement. Le 2 octobre 1999, MTT a organisé une journée de réflexion "Déontologie et médiation" dont les interventions et débats ont été publiés dans une intéressante brochure de près de 300 pages (MTT, 5, rue Laferrière - 75009 Paris - France).

En voici quelques extraits dont la lecture nourrira notre réflexion.

### TRIBUNE DE GENÈVE

Daniel Cornu, médiateur à la "Tribune de Genève" détaille deux types de résistances à diverses formes de régulation. *"...Le premier paradoxe concerne les journalistes. Lorsque les dérives se multiplient, que les critiques se font vives dans le public, que les journalistes perdent leur crédibilité... leur premier réflexe est de demander un renforcement de la déontologie afin de mettre chaque journaliste en situation de mieux résister aux contraintes qui sont les siennes et qui viennent dans la majorité des cas de son statut d'employé d'une entreprise : conditions de production, rentabilité, nécessité de répondre au marché. Mais lorsqu'on propose des instruments -un organe ou parfois simplement un code- les protestations fusent : tout contrôle est par définition attentatoire à la liberté de la presse ! C'est alors le retour à la case départ : le journaliste se retrouve seul avec sa conscience, impuissant à résister à la pression structurelle qu'il dénonce...*

*Le second paradoxe concerne les médias. A l'origine, la liberté de presse était un moyen d'assurer la liberté d'expression : elle était destinée à porter un regard critique sur le fonctionnement de l'Etat... A qui les médias, et chaque journaliste en particulier, doivent-ils aujourd'hui arracher leur liberté d'expression ? Dans nos démocraties pluralistes, au pouvoir économique bien davantage qu'à l'Etat. D'où le paradoxe que la liberté d'expression en vient à devoir être défendue contre la presse elle-même (plus exactement les groupes qui la contrôlent) et que l'on vient à se demander si l'Etat ne serait pas la seule instance à même de garantir l'exercice d'une liberté qui est d'abord contre lui..."*

### LE MONDE

Thomas Ferenczi, médiateur au "Monde" : *"...Le journaliste doit comprendre que le lecteur a son mot à dire et lorsque le médiateur se tourne vers les journalistes, il doit leur rappeler cette vérité d'évidence qui est qu'ils écrivent pour des lecteurs... Il ne faut pas qu'ils se laissent enfermer dans leur milieu, en particulier dans le milieu dont ils sont les spécialistes. Par exemple, les journalistes culturels se faisant les porte-parole des artistes dont ils couvrent l'activité. Il existe cette tentation, dans chaque secteur d'un journal, à être davantage à l'écoute de ses informateurs que de ses lecteurs... Je ne sais pas si les journalistes du "Monde" lisent la chronique du médiateur, ni même s'ils la jugent vraiment légitime. Je sais que certains d'entre eux la contestent dans le principe, au motif "qu'on lave son linge sale en famille", qu'on n'a pas à offrir une tribune à ceux qui nous critiquent et encore moins à nous critiquer nous-mêmes... Autant les journalistes aiment critiquer les autres, en particulier les hommes politiques, autant ils n'acceptent pas d'être critiqués eux-mêmes. La fonction de médiateur est une institution récente. Il faut du temps pour changer les habitudes..."*

### FRANCE TÉLÉVISION

Geneviève Guichenev, Médiatrice des programmes de France Télévision : *"...Lorsqu'on a posé la question aux téléspectateurs Britanniques de savoir s'ils voulaient ou non la privatisation de la BBC, ils ont répondu à Mme Thatcher : "Même pour ne pas la regarder, nous sommes prêt à payer". A la suite de cela, la BBC a considéré qu'elle devait mériter l'estime de ses téléspectateurs. Elle a donc décidé de se mettre à leur service et de répondre à toutes leurs demandes en créant un centre d'appel qui se trouve à Belfast, en "joint venture" avec une entreprise privée. Son effectif est de 75 permanents et 25 occasionnels. Ce centre est renforcé à Londres par une équipe de 40 experts chargés de démêler un certain nombre de questions techniques ou éditoriales un peu pointues, de faire de l'information "en anticipation" lorsque l'on sait qu'il va se passer quelque chose, d'alimenter les services en ligne qui sont très développés, la presse, etc. Au total, 150 personnes au service des téléspectateurs dont on estime que toutes les critiques et les demandes méritent réponses. A ces équipes, il faut ajouter le médiateur, aidé de six personnes, à la tête du "Programms Complaints Unit" (service des plaintes sur les programmes)..."* ■



## TROISIÈME PARTIE

*L'Hebdo du Médiateur de France 2  
n'est plus une émission de médiation*

# AU VOLEUR !



Jean-Claude Allanic a succédé, le 1er juillet 2000, à Didier Epelbaum. Le nouveau Médiateur de la rédaction de France 2 a présenté son premier Hebdo du Médiateur le 2 septembre 2000. L.A.T.A. a analysé ses trente premières émissions.

• • •

L'émission a évolué. Ce n'est presque plus "une émission de médiation". Il faudrait la débaptiser. Très souvent, la médiation n'est plus qu'un prétexte pour un débat à propos d'un fait de société qui s'est déroulé la semaine précédente sur base d'extraits déjà diffusés par les JT.

C'est également le rôle du Service public que de réaliser une émission où l'on approfondit l'info majeure de la semaine précédente. Puisse cette émission trouver sa place dans la grille de France 2 mais il faudra changer le titre qu'elle usurpe actuellement, "L'Hebdo du Médiateur"...

Voici un condensé de nos notes prises en visionnant, samedi après samedi, l'émission de Jean-Claude Allanic, du 2 septembre 2000 au 7 avril 2001.

### NOUS, JOURNALISTES

Jean-Claude Allanic veut nous faire comprendre qu'il n'est plus, à l'inverse de son prédécesseur, un arbitre entre les journalistes et le public de France 2. Régulièrement, il tente de nous faire croire qu'il parle au nom de la rédaction, alors qu'il dépend directement et n'a de comptes à rendre qu'à Marc Tessier, le Président de France Télévision. Dès sa première émission, il nous dit : "C'est notre travail de journaliste" et "Vous comprenez mieux comment on

travaille. Nous, on arrive en direct sur l'événement...". (02/09/2000)

Il ne s'en départira pas par la suite : "On a notre travail de journaliste" (16/09/2000). "Les images que nous avons diffusé hier..." (28/10/2000). "Nous travaillons à la rédaction en toute liberté". (04/11/2000)

S'adressant à un journaliste, il commet un beau lapsus : "Comment nous, les journalistes... Enfin, comment vous, les gens du 20H et des autres éditions, gérez le problème des rumeurs ?" (21/10/2000)

### ANIMATEUR OU ARBITRE ?

Si le Médiateur ne doit pas être un "journaliste" solidaire de ses confrères de la rédaction, il ne doit pas non plus être un simple animateur. On attend de lui qu'il se positionne sur les plaintes traitées. Tout simplement, dans son émission, il doit jouer son rôle de médiateur. Après avoir enquêté et écouté les différentes parties, il lui revient de nous dire clairement s'il y a eu faute ou non. Il peut également s'absentir si la situation lui semble peu claire ou trop complexe.

Jean-Claude Allanic préfère parfois inviter de tierces personnes qui tranchent à sa place. Cela ne nous semble pas renforcer son autorité de médiateur. Ainsi, pour commenter différentes images perçues comme violentes par certains téléspectateurs, il a invité Christian Guy qui est chargé de la formation des journalistes de France 2. Celui-ci défendra tel choix rédactionnel et critiquera tel autre. "On est coupable d'une certaine légèreté" dira-t-il avec un certain courage. Le Médiateur ne se positionnera par rapport à

aucun des cas présentés et se contentera de conclure ainsi : "Pour nous améliorer, nous sommes à votre écoute". Ce jour-là, Jean-Claude Allanic avait-il décidé que Christian Guy le remplacerait dans sa fonction de médiateur ? (17/03/2001)

### APOLOGIE DE LA RÉDACTION

Les journalistes forment un microcosme qui, souvent, s'autoprotège. Jean-Claude Allanic, non seulement fait croire qu'il fait partie encore de la corporation des journalistes... mais, en plus, il leur sert –probablement inconsciemment– d'attaché de presse ! Ce samedi midi là, il introduit ainsi son émission : "La folle psychose de la vache folle : est-ce la faute des scientifiques, des politiques ou des médias ? C'est vrai que dans cette affaire, on dit un peu de tout, un peu de n'importe quoi et son contraire".

Et puis, en contrepoint, il poursuit : "Nous allons essayer de faire le point le plus clairement possible avec deux journalistes de France 2 qui savent de quoi ils parlent". N'y aurait-il que les journalistes de France 2 qui seraient de vrais pro ? Et si c'est le cas, est-ce le travail du médiateur que de l'affirmer ainsi *ex abrupto*, avant même qu'on ne puisse les écouter pour voir si c'est vrai ? (11/11/2000)

### GÉNÉRALISER...

Cette trop grande proximité des journalistes de France 2 ne permet plus à Jean-Claude Allanic de jouer son rôle de médiateur. Quand un téléspectateur remet en question un journaliste de façon précise, le Médiateur reprend ce questionnement en le généralisant, en le désincarnant... et surtout en n'interpellant pas

le journaliste nommé par le téléspectateur. Nous sommes donc dans une discussion de salon et non plus dans le traitement d'une plainte.

Exemple : au cours de l'émission qui s'interroge sur le fait de savoir s'il fallait traiter à nouveau du dossier de la torture, quarante ans après la guerre d'Algérie, le téléspectateur demande en direct : "...Monsieur Sérillon pourrait peut-être interroger un certain nombre de nos politiciens qui ont connu ces événements et qui avaient des responsabilités gouvernementales à cette époque, qu'ils soient de droite comme de gauche... Ont-ils des remords ?". Jean-Claude Allanic donne immédiatement son avis : "Ouais, alors je ne sais pas s'ils ont des remords... (NDLR : ce n'est pas une réflexion de médiateur mais bien de chroniqueur politique)... Enfin, il y en a qui ne sont plus là pour témoigner mais c'est une vraie question. Est-ce que finalement, au lieu de mettre en cause les militaires, ce ne sont pas les politiques qu'il faut mettre en cause ?".

Ni Claude Sérillon qui était directement interpellé, ni le rédacteur en chef du JT de France 2 ne seront invités à se positionner – ce jour-là ou la semaine suivante – par rapport à la question du téléspectateur. Par contre, l'émission se poursuivra par un débat global sur les responsabilités des faits de torture, l'utilité d'une repentance, etc. C'est intéressant mais ce n'est pas de la médiation TV. (02/12/2000)

### LA PAROLE AU PUBLIC

Le besoin d'analyser l'actualité avec des spécialistes et/ou des journalistes a parfois pour conséquence que le temps prévu pour le téléspectateur devient peu de chagrin.

L'émission propose, comme par le passé, une ou plu-

sieurs séquences consacrées au défilement sur l'écran d'extraits de lettres du public. D'autre part, des avis de téléspectateurs sont présentés au cours de l'émission et c'est là que les choses ont évolué avec l'arrivée du nouveau Médiateur.

Son prédécesseur proposait souvent l'avis de plusieurs téléspectateurs au cours d'une même émission. Aujourd'hui, de plus en plus souvent, il n'y en a plus qu'un seul, ce qui déséquilibre parfois le panel car les journalistes et les spécialistes sont – à l'inverse – de plus en plus nombreux sur le plateau.

Autrefois, Didier Epelbaum considérait que, proportionnellement, il fallait donner davantage de temps aux téléspectateurs parce qu'ils n'avaient pas l'habitude de parler de façon concise à la TV. Ce principe n'est plus d'application aujourd'hui.

Autrefois, l'émission était au service des plaintes du public. Aujourd'hui, on a parfois l'impression désagréable que le téléspectateur en studio est un alibi pour pouvoir entamer un débat de société.

Ainsi, concernant la problématique de l'uranium appauvri, le Médiateur a posé une question sans rapport avec la médiation à un téléspectateur, en fin d'émission, et ne lui a même pas donné le temps de poser la question pour laquelle il était venu ! (27/01/2001)

Interpellé sur le traitement du conflit entre les Palestiniens et les Israéliens, Claude Sérillon parle beaucoup et laisse peu de temps aux téléspectateurs pour lui répondre... (21/10/2000)

### COMPLICITÉ ?

Lorsque le Médiateur ne donne pas suffisamment la parole au téléspectateur, l'émission peut facilement devenir une simple autopromotion des journalistes qui

ne reconnaîtront jamais, même si c'est le cas, qu'ils ont mal travaillé. Ainsi, lors du procès Festina qui se déroulait à Lille, un téléspectateur lance le débat : "Je trouve que le procès éclabousse les journalistes qui savaient aussi. C'est un secret de polichinelle. Pourquoi les journalistes n'ont rien dit ?". Trois journalistes de France 2 participeront à cette émission, dont le bavard Gérard Holz qui répliquera par un "J'entends une mise en cause un peu décalée...". Rapidement, le Médiateur oublie son rôle et relance le débat avec des questions qui n'ont plus rien à voir avec la demande du téléspectateur, ni avec la médiation. L'Hebdo du Médiateur devient ainsi une simple émission d'actualité. Questions posées : "Pensez-vous que le tour 2001 sera un tour propre ?", "Les engagements des organisateurs seront-ils respectés ?", etc.

Cet exemple démontre l'utilité de confier le mot de la fin au téléspectateur. Dans le cas présent, sa question, à laquelle il ne fut pratiquement pas répondu, méritait beaucoup mieux et on peut se demander si les questions d'explication ou liées à l'actualité ne sont pas un moyen d'éviter un débat gênant. (04/11/2000)

Le lendemain, sur RTL TVi, dans "Controverse" (qui n'est pourtant pas une émission de médiation...), interrogé par Pascal Vrèbos, Bruno Deblander, journaliste sportif au quotidien Le Soir, déclarait : "...Il y a toujours eu autour du dopage une espèce de conspiration du silence. Donc, on se tait. Qui se tait ? Tous ceux qui y participent directement ou indirectement, y compris les médias probablement. Peut-être un peu moins aujourd'hui qu'avant mais je crois que les médias sont aussi complices du dopage indirecte-





ment. Lorsqu'un journaliste suit le Tour de France, salué en 1994 ou en 1995 des exploits fabuleux et ne se pose pas la question de savoir comment ces exploits fabuleux sont réalisés, je crois qu'il y a là une part de complicité".

### QUESTIONS CONCRÈTES...

La présence en direct de téléspectateurs dans une émission de médiation est capitale, tout simplement parce que les intérêts des usagers sont souvent fort différents de ceux d'une chaîne et de son personnel. Il peut même arriver qu'un journaliste –ou que le médiateur– ne comprenne pas les enjeux d'une question d'un téléspectateur et la résume de manière fort différente !

Mieux vaut donc que le téléspectateur pose lui-même sa question. Concernant le dossier de la publicité clandestine, Jean-Claude Allanic questionne de la manière suivante le téléspectateur qui participe en direct de Poitiers à l'émission : "Donc, pour vous, le mélange pub et info, c'est un sujet qui vous interpelle ?". Précision du téléspectateur : "La question que je vous ai posée initialement, c'était de savoir en fonction de quel principe vous décidiez à la télévision de montrer une marque ou de ne pas la montrer. Y a-t-il une règle ? Votre choix est-il fonction d'autres critères ?" (17/02/2001)

### PAS "PARTIE PRENANTE"

La présence du téléspectateur sur le plateau peut apporter un plus. Il peut corriger certaines informations erronées car il est parfois davantage capable de prendre une distance par rapport aux problématiques médiatiques que les journalistes qui en sont partie prenante. Ils n'ont pas les mêmes "évidences", ni les mêmes intérêts. Exemple.

- Le Médiateur : Si l'on se mettait à rêver, est-ce que l'on pourrait penser que ce serait bien finalement qu'il n'y ait finalement plus de

publicité dans le sport...

- Le journaliste sportif de France 2 : *Le sport sans publicité, je ne crois pas que cela soit parfait parce qu'on ne l'a jamais vraiment connu...*

- Le téléspectateur : *Ecoutez ! Il existe un tournoi de tennis très connu, celui de Wimbledon, où les sponsors sont absents du central.* (17/02/2001)

### DROIT DE PAROLE

Les émissions de télévision où l'on donne la parole au public et qui ne sont pas de vulgaires "micro-trottoirs" ne sont pas légion. Un téléspectateur sur le plateau a dit "Merci de me donner la parole suite à un simple message Internet". Le médiateur lui a répondu : "Oui, c'est cela aussi la médiation". Ce dialogue montre que le public est content de pouvoir s'exprimer sur le Service public et que les démarches pour y parvenir ne sont pas dissuasives. (31/03/2001)

### EN DIRECT

L'intérêt de "L'Hebdo du Médiateur", c'est que cette émission est en direct. Bien entendu, ce "direct" n'est pas sans risque. Une émission (sur la trentaine visionnées) a dû faire transpirer quelque peu Jean-Claude Allanic et son équipe. Pour le dossier des vols à la portière dits "vol à l'italienne" sur la Côte d'Azur, le Médiateur avait invité un téléspectateur à intervenir de chez lui, en direct de la Charente-Maritime. Celui-ci était probablement d'extrême-droite et, pour ne pas être poursuivi pour propos racistes, il s'exprima de façon imagée et indirecte... pour bien faire comprendre que ce n'étaient pas, selon lui, n'importe quels jeunes qui s'intéressaient aux sacs des vieilles dames... et que les médias ne faisaient pas la part des choses. Lorsque le témoignage dévia sur le "malheureux Abbé Cottart, avec son missel, sa soutane et ses menottes", Jean-Claude Allanic interrompit son invité car l'heure de conclure était arrivée. (24/02/2001)

### AUTOPROMO...

Le principe même d'une émission de médiation est difficilement conciliable avec une autopromotion de la chaîne concernée ! Ainsi, commencer une émission qui se veut critique sur le traitement des élections municipales en disant "Vous étiez cinq millions de téléspectateurs à regarder notre soirée électorale des municipales...", cela n'apporte pas grand chose au débat de fond. (24/03/2001)

### ...DES PROGRAMMES

De même, il nous semble regrettable de mêler médiation et bandes-annonces : "Il y a du rugby cet après-midi sur France 2" (28/10/2000); "...Il y a du rugby, ce soir, sur France 2" (05/11/2000); "Mots Croisés de lundi prochain sera consacré à la vache folle" (11/11/2000); "Demain, l'émission de Rachid Arbab se déroulera au marché de Rouen" (18/11/2000); etc.

### PROMO DE LIVRES

Contrairement à son pré-décès, Jean-Claude Allanic, lorsqu'il présente ses invités "professionnels", présente leur livre. Et parfois même à deux reprises durant la même émission. (02/12/2000)

### ÊTRE JUGE...

Pierre Giacometti, Directeur général de l'Institut de sondages Ipsos avec lequel France 2 collabore fréquemment, est invité plusieurs fois : pour parler de l'élection présidentielle américaine (25/11/2000) et des élections municipales françaises (24/03/2001). Jean-Claude Allanic aurait intérêt à avoir dans son carnet d'adresses des noms de personnalités qui peuvent peut-être se positionner avec davantage de recul par rapport aux sondeurs (par exemple, Alain Garigou, professeur à Paris X et collaborateur au Monde Diplomatique).

### ...ET PARTIE !

Ah ! Être juge et partie, ce n'est jamais simple. Les inté-



rêts économiques et journalistiques s'interpénètrent. Après avoir diffusé des extraits de lettres de téléspectateurs qui critiquent le traitement du Paris Dakar (parrainé par France 2), le médiateur tente de relativiser : *"Le Paris-Dakar : on aime ou on n'aime pas. Les deux points de vue méritent considération"*. Oublie-t-il que l'objectif de son émission n'est pas de savoir si l'on apprécie ou non cette compétition mais bien de découvrir comment cette compétition-maison est traitée dans les émissions d'information ? Ainsi il élude un débat déontologique par un questionnement sur les goûts des usagers. Cette astuce lui permet de ne pas répondre très clairement à la question de savoir s'il était normal de consacrer, dans

un JT, un peu plus d'une minute à la mort de Théodore Monod –sans signaler qu'il s'opposait aux rallyes dans les déserts– et quatre minutes aux préparatifs du Paris-Dakar...

La remarque du Médiateur est fataliste et ne pose les jalons d'aucune évolution. Est-ce de la "médiation" ? Il terminera son intervention ainsi : *"...Personne ne demande aux journalistes de France 2 d'occulter telle ou telle information mais, comme tout le monde le sait, l'autocensure est parfois la pire ennemie des journalistes"*. S'il y a "auto-censure", cela laisserait donc entendre que le fait que le Paris-Dakar soit "sponsorisé" par France 2 pourrait influencer le traitement du JT. N'aurait-il pas été judicieux que le Médiateur

détaille ce sujet plus clairement dans son émission ?

## PROBLÈME NON RÉSOLU

Quand il y a un problème, il faut le résoudre... A propos des J.O. de Sydney et de leur décalage horaire, une séquence du 20H du 16/09/2000 présentée par Béatrice Schoenberg interpelle un téléspectateur de La Ciotat. Les interviews avec les sportifs sont préenregistrées et pourtant, pendant qu'elles sont diffusées, un bandeau indique "direct".

Le téléspectateur explique : *"Cela ma choqué... Je considère que la télé est un outil d'information et de formation. Je la regardais avec ma gamine qui est en 6<sup>ème</sup>. Elle ne pouvait pas imaginer qu'il y avait ce décalage-là. Quand*

## Et à l'ORTF ?

*Il y a une trentaine d'années, une émission française donnait la parole, chaque mois, aux téléspectateurs pendant une heure, le dimanche à 13H45. C'était "Face au public" proposée par Jacques Locquin. Et ce n'était pas de la tarte !*

• • •

Dans un livre publié récemment, Pierre Beylot décrit la manière dont la direction de l'ORTF exerçait son contrôle sur cette émission. Aujourd'hui, même si certains pourraient encore être tentés de reprendre telle ou telle recette de ce "Face au public", on peut dire que la liberté d'expression a fait de grand pas... Il n'est pas inutile de se rappeler d'où l'on vient.

*"...La sélection des téléspectateurs se fait au terme d'une procédure lourde et complexe : ils doivent déposer leurs questions auprès des mairies de certaines villes de province; elles sont ensuite sélectionnées par un jury régional et enregistrées sur place; un jury national composé de critiques de télévision, de représentants de Fédérations de parents d'élèves et de personnalités de l'ORTF choisit les questions qu'il juge les plus intéressantes. Précisons que la neutralité et l'objectivité des membres de ce jury paraissent sujettes à caution car certains d'entre eux se livrent au cours de l'émission à une défense sans nuance des programmes de l'Office. Les téléspectateurs dont les questions ont été retenues –et que Jacques Locquin appelle curieusement les "candidats"– sont invités en plateau, on les écoute poser leurs questions telles qu'elles ont été enregistrées en région, et les responsables de l'Office leur répondent en direct. Ils peuvent parfois ajouter quelques mots... mais aucun dialogue véritable n'est possible en direct avec les représentants de l'ORTF. Loin de permettre l'émergence d'une libre parole de la part du téléspectateur, ce dispositif compliqué met en évidence jusqu'à la caricature la différence de statut et de légitimité du téléspectateur et des représentants de l'institution télévisuelle : le direct est réservé à ces derniers, tandis que les questions des téléspectateurs*

*sont enregistrées, le temps ne leur est pas compté (six minutes environ pour les réponses de dirigeants de l'ORTF, moitié moins pour les interventions des téléspectateurs); le droit de suite est impossible et l'animateur du débat, déférent pour les uns, condescendant pour les autres, veille à ce que l'émission se déroule selon un plan manifestement soigneusement préparé à l'avance... Déjà à l'époque de la diffusion de l'émission, celle-ci avait obtenu un accueil très négatif de la presse spécialisée qui, de Télérama à L'Humanité, dénonçait le simulacre de dialogue organisé par l'ORTF... Parmi les critiques qui reviennent le plus souvent, on peut également noter l'absence, déplorée par plusieurs journaux, de chroniqueurs de la presse spécialisée ou de représentants d'associations de téléspectateurs qui auraient pu, grâce à leur meilleure connaissance des dossiers et leur plus grande aisance face aux caméras, appuyer les doléances de téléspectateurs facilement contrés par des représentants de l'ORTF. La volonté de canaliser la parole des téléspectateurs ne fait que s'accroître au fil des émissions : pour éviter toute surprise, dès la troisième émission, les débats seront thématiques (l'information, le sport, les jeux, etc.), ce qui est une autre manière d'esquiver toute question dérangeante imprévue..."*

"Face au Public" proposa treize émissions, entre le 21 février 1971 et le 2 juillet 1972. Dans son livre "Quand la télévision parle d'elle-même", Pierre Beylot présente de nombreuses émissions qui analysent ou utilisent les coulisses du petit écran. Bien entendu, les émissions qui donnent la parole aux téléspectateurs ou celles qui proposent une éducation aux médias (par exemple, Arrêts sur Images) y sont minoritaires. Il y a toutes les autres qui nous rappellent les grands moments du petit écran ou celles qui ont pour vocation de faire la promotion des chaînes... ■

**Quand la télévision parle d'elle-même (1958-1999)**  
de Pierre Beylot  
264 pages  
Collection "mémoires de télévision"  
INA L'Harmattan.

nous regardons la télé à 20H, il est 5H du matin à Sydney. Les athlètes doivent être en train de se reposer... Faut pas qu'on se fie aux apparences. La télé est un support qui permet beaucoup de choses. Quand ce n'est pas du direct, il faut le préciser".

Le Médiateur démontrera qu'il s'agissait d'une simple erreur car, dans les titres, au début du JT, Béatrice Schoenberg avait précisé que l'interview avait été enregis-

trée pendant l'après-midi. Ceci n'empêche nullement, pendant la diffusion de la séquence, de diffuser un bandeau "en différé" !

En fait, Jean-Claude Allanic ne répondra jamais de façon précise à cette demande d'indiquer que ce n'est pas du direct. On le sait : les chaînes n'aiment mentionner que les "ingrédients" valorisants... et sous-entendent la mention des "colorants". C'est ce débat-là que pose le télé-

spectateur et que le médiateur biaise. (23/09/2001)

## PRÊCHER PAR L'EXEMPLE ?

Or, la Direction de France 2 affirme clairement qu'il faut apporter des réponses aux questions soulevées par les téléspectateurs. Pierre-Henri Arnstam, le Directeur de la Rédaction de France 2 l'a dit lorsqu'il fut invité sur le plateau de L'Hebdo du Médiateur : "Il est normal que les cri-

## Questions sans réponse

### QUATRE QUESTIONS

Le législateur a prévu que la RTBF doit répondre au courrier de ses usagers. Rien de pareil n'existe en France. C'est tout-à-fait dommageable.

L'A.T.A. a souvent testé France 2 et France 3. Dès que ces chaînes reçoivent un courrier qui pose une question critique à laquelle il est difficile de se dérober, c'est le silence en retour. Il faut alors envoyer rappels et recommandés. A ce moment-là, dans la plupart des cas, vous recevrez une réponse... par téléphone.

Il nous semble que le premier travail d'un médiateur est de répondre par écrit au courrier qu'il reçoit. Il n'y a que dans le secteur de l'audiovisuel que l'on ne trouve pas cette revendication normale !

L'un des membres de l'A.T.A. a "testé" à titre personnel Jean-Claude Allanic, le Médiateur de la Rédaction de France 2.

Vous trouverez, ci-dessous, l'échange du courrier. Quatre questions précises lui sont posées. Aucune réponse concrète n'est donnée. Que signifie le mot "médiation" ?

Le médiateur de France 2 ne serait-il que le responsable d'une émission de télévision ? Combien de questions gênantes restent donc sans réponse ? Une émission de médiation est extrêmement utile mais elle ne doit être qu'un moyen et non la fin en soi d'un service de médiation digne de ce nom.

La lettre a été adressée à Jean-Claude Allanic, le 5 mars 2001 :

"...A la fin du JT de 20H de ce dimanche 4 mars 2001, la présentatrice a annoncé les programmes de la soirée. Outre les prochains JT, elle a cité le film Total Recall (film à grand spectacle dans lequel joue Arnold Schwarzenegger) mais elle a omis d'informer le téléspectateur que, ce soir-là, France 2 proposait, à 23H20, le documentaire "Dans le secret du patronat" et, à 0H45, un second documentaire intitulé "les oubliés du Bangladesh".

Voici mes quatre questions :

- 1 Est-il normal que la présentatrice du JT du Service Public joue à la "speakerine" ? N'y a-t-il pas là un mélange de genre contre nature ? Ne faut-il pas prévoir une barrière étanche entre les émissions d'information et le reste des programmes ?

- 2 Comptez-vous en tant que Médiateur demander à la Direction de France 2 de faire évoluer cette situation ?

- 3 Si les annonces sont indispensables, pourquoi omettre des documentaires de qualité et favoriser l'annonce du film de début de soirée ? Y a-t-il erreur ? S'agit-il d'une des multiples conséquences de la course à l'audience ?

- 4 Par qui (est-ce la rédaction du JT ?) et comment sont choisies ces annonces ?... ■



Le Médiateur de la Rédaction

Paris, le 8 mars 2001

Monsieur,

J'ai bien reçu votre lettre du 5 mars dernier.

Votre courrier a été lu attentivement et communiqué aux personnes concernées. Sachez qu'il est conservé par le médiateur et que dès que nous traiterons du thème que vous abordez, nous le citerons éventuellement dans notre émission.

Merci de votre fidélité à notre chaîne et à l'Hebdo du médiateur.

Je reste à votre disposition et vous prie de croire, Monsieur, à mes sentiments attentifs.

Jean-Claude Allanic  
Médiateur de la rédaction de France 2

## Comment devient-on membre ?

L.A.T.A. n'est pas subside. Ses activités sont financées par ses membres. "Comment Télé-Vous ?" est l'organe mensuel de liaison des membres de l'A.T.A.

La cotisation des membres est fixée à 1200 FB/an (600 FB/an pour les étudiants et les chômeurs, prière de joindre une preuve photocopiée à l'appui).

La majorité de nos membres ouvrent un ordre permanent de 100 FB/mois. Sur simple demande, nous pouvons vous envoyer un bulletin à cet effet qu'il vous suffira de remplir et de transmettre à votre banque. Vous ne voulez pas devenir membre de l'A.T.A. mais vous désirez seulement vous abonner pendant un an à "Comment Télé-Vous ?"... Cela vous coûtera 2.000 FB/an.

Enfin, si vous souscrivez un abonnement de l'étranger, son prix est de 2.500 francs belges par an. Versez le sur le compte ci-dessous et précisez à votre banquier qu'il doit introduire un code swift : CGAK BEBB. Les frais de transfert doivent être pris en charge complémentaiement au prix de l'abonnement par le donneur d'ordre.

Le compte de l'A.T.A. ASBL (Rue Américaine, 106 à 1050 Bruxelles) est le 001-0837560-41.

### A.T.A. ASBL

Pour toute demande d'information : exclusivement par écrit sans omettre d'y inclure vos coordonnées et un timbre à 17 FB pour la réponse (sauf pour les membres).

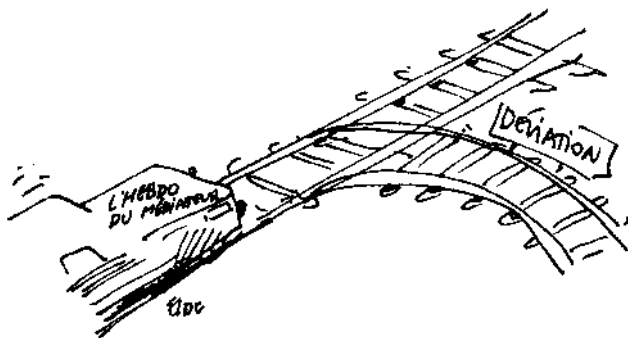
Rue Américaine, 106  
1050 Bruxelles

Internet : <http://ata.qwentes.be>  
E-mail : [ata@qwentes.be](mailto:ata@qwentes.be)

Ce numéro de "Comment Télé-Vous ?" a été rédigé, mis en page et envoyé par un collectif de bénévoles :

Paula Bouchez,  
Benoit Goossens,  
Bernard Hennebert,  
Marine Jacobs,  
Gilles Lenoble,  
Pierre Ravach,  
Patrick Sénéart.

Les illustrations sont réalisées par Esd.



tiques s'expriment. Si l'on a créé cette séquence de L'Hebdo du Médiateur, c'est pour que les critiques puissent arriver jusqu'à l'antenne et que les téléspectateurs puissent avoir les réponses aux critiques qu'ils formulent".

Le jour où Pierre-Henri Arnstam fait cette déclaration, l'émission analyse le traitement par France 2 de la mise en examen de Jean-Christophe Mitterrand. Un téléspectateur regrette que le frère du prévenu ait été invité sur le plateau du 20H : "...Je conteste cette intervention, dit-il, parce qu'elle intervenait juste après une longue interview de l'avocat de Jean-Christophe Mitterrand qui avait déjà exposé son point de vue. Ce qui est normal. Mais je trouve que l'intervention sur votre plateau du frère du mis en cause n'a rien apporté de solide et d'intéressant au débat et je pense qu'il aurait été beaucoup plus intéressant et judicieux d'inviter, par exemple, un politologue ou un spécialiste des affaires africaines qui aurait pu parler plus précisément des trafics d'armes en Afrique et peut-être aussi de la situation politique en Angola puisque c'est de ce pays dont il est question. On peut se demander si c'est un effet de la notoriété de la personne mise en cause. Les justiciables sont censés être égaux devant la justice. Nous sommes en République".

Le Médiateur ne rappellera pas ses propos sur le rôle de la médiation à Pierre-Henri Arnstam lorsque celui-ci ne répondra pas à la critique du téléspectateur. Et pourtant le Directeur de la rédaction semble être de bonne composition. A propos d'un autre dossier présenté dans cette même émission, Arnstam aura un franc parler : "C'est clairement une erreur qu'on a fait". (13/01/2001)

### LES AUTRES CHÂÎNES

L'Hebdo du Médiateur se transforme trop souvent en émission d'actualité ou en émission qui analyse les autres médias comme le ferait un "Arrêts sur images" sur la Cinquième.

Ainsi, pourquoi consacrer une longue séquence à la manière dont les télévisions Américaines ont (mal) traités les résultats des élections

présidentielles ?

Pendant ce temps-là, on ne programme pas quelques sujets gênants qui concernent directement France 2... Par exemple le problème exposé dans une lettre d'un membre de l'A.T.A. (voir encadré page 18) ou ce faux direct au JT de 13H animé par Gérard Holz, un an après les inondations, découvert par Arrêts sur images (émission du 19/11/2000), etc.

### SANS PLAINTE

Parfois même, l'actualité est motif à aborder un dossier qui ne correspond à aucune plainte de téléspectateur.

Ainsi, une éclipse de lune est prétexte à poser la question : "Faut-il croire aux horoscopes ?". Cette séquence qui permet de faire la promotion du livre de l'invité en plateau n'expliquera pas pourquoi le Journal Télévisé de France 2 et d'autres émissions de France Télévision invitent des voyant(e)s alors que, naguère, il avait été mis officiellement un frein à ce type de pratique (20/01/2000). Sur ce sujet, rappelons que Daniel Schneidermann, dans son émission Arrêts sur Images du 01/04/2001, a déclaré qu'il avait demandé à France 2 si ce type de séquences était "jugé rédactionnellement légitimes" et qu'il lui fut répondu : "No comment".

### RECENTER L'OBJECTIF

Autre erreur : parfois, l'émission quitte le terrain de la médiation pour devenir une leçon d'éducation aux médias. Par exemple, à l'occasion de "La semaine de la presse à l'école", toute l'équipe de L'Hebdo du Médiateur se retrouva parmi les jeunes élèves du Lycée assez chic de Camille Sée à Paris. Le début de l'émission fut offert à Madame la Proviseur pour faire la promotion de son établissement ! Les élèves analysèrent avec brio la relation par l'ensemble des médias de la menace de saccage des Bouddha ainsi que la précarité du statut des femmes en Afghanistan. Cette initiative prouve qu'une émission pertinente d'éducation aux médias réalisée avec des jeunes est possible et utile. Mais ce n'est pas une émission de médiation... A créer donc, parallèlement à L'Hebdo du Médiateur qui, lui, ferait mieux de se centrer sur son objectif. (10/03/2001) ■

## QUATRIÈME PARTIE

### Conclusion

# DIX TUYAUX



*Les dix principes pour réussir une émission de médiation.*

### 1

Cerner clairement le rôle du médiateur qui présente l'émission. Il est un arbitre et non un animateur. Les téléspectateurs attendent de lui qu'il se positionne le plus clairement possible par rapport au sujet traité. Il ne représente ni la chaîne, ni le public et ne doit jamais faire de "cadeau" à aucun de ces deux partenaires. Il ne doit réaliser aucune autre tâche que la médiation. Il ne doit jamais promotionner sous quelle que forme que ce soit ni les activités de la chaîne, ni les "œuvres" de ses invités (Mr Machin qui vient d'écrire tel livre publié aux éditions Truc). Il dépend directement et uniquement de l'Administrateur général de la chaîne. La durée de son mandat doit être clairement définie (à France 2, elle est de deux ans) car la fonction de médiateur demande un investissement très important, surtout psychologiquement par rapport au personnel de la chaîne.

### 2

Considérer une émission de médiation comme un "outil de reconnaissance du public" (dixit Didier Epelbaum). "Le point central, c'est le public". Prévoir que, sur le plateau, les téléspectateurs soient au moins aussi nombreux que les "spécialistes" (ou les journalistes). Interroger le téléspectateur principalement à propos de la plainte pour laquelle il a été sélectionné. Répondre à son questionnaire concret et ne pas uniquement généraliser sa préoccupation. Offrir proportionnellement davantage de temps de parole au téléspectateur qui est sensé moins bien maîtriser sa prestation que les autres intervenants

qui ont l'habitude de s'exprimer en public ou dans les médias. Donner la parole en dernier lieu au(x) téléspectateur(s) présent(s) sur le plateau.

### 3

Réaliser l'émission en direct et ne recourir au pré-enregistrement des témoignages des téléspectateurs que dans le cas où ces derniers l'exigent.

### 4

Choisir une heure de grande audience sur la première chaîne télévisée (La Une) pour la diffusion de cette émission, avec des rediffusions notamment en radio ainsi que sur le site Internet.

### 5

Ne pas sélectionner nécessairement les questions qui reviennent le plus souvent mais bien celles qui sont les plus pertinentes.

### 6

Diversifier les sujets (il n'y a pas que des images violentes ou des publicités contestables qui défilent sur l'écran !).

### 7

Rediffuser les éléments litigieux même s'il s'agit, par exemple, d'images violentes, avec un avertissement au public.

### 8

Tenter de proposer des solutions aux problèmes posés afin que les plaintes des téléspectateurs – si elles s'avèrent correspondre à de véritables fautes ou erreurs – ne doivent plus être reformulées sur des sujets analogues à l'avenir. Si ce point essentiel ne se concrétise pas, nombre de téléspectateurs considéreront à juste titre que l'émission de médiation ne constitue qu'un alibi.

S'il y a, hélas, récurrence, le médiateur a intérêt à consacrer une nouvelle séquence

sur ce sujet récurrent et même éventuellement réinviter le même représentant de la chaîne. Deux fois sur le grill, ce dernier évitera probablement d'être invité une troisième fois...

### 9

Répondre, toujours répondre au téléspectateur. Si un "spécialiste" ou un journaliste omet de le faire, le médiateur a charge de le lui rappeler.

### 10

Ne pas transformer une émission de médiation en une séquence d'éducation aux médias, en un récapitulatif critique d'un point précis de l'actualité ou en une émission qui analyse l'actualité et l'évolution des médias.

Ces autres objectifs sont utiles mais ont intérêt à faire l'objet d'autres émissions et séquences.

Bien sûr, la médiation peut être le sujet d'une séquence récurrente et circonscrite dans une émission plus globale sur les médias. Son temps d'antenne doit avoisiner cependant les vingt minutes afin de permettre à un problème d'être traité en profondeur. Il y a matière pour que l'émission ou la séquence soit programmée de façon hebdomadaire. ■

Le prochain "Comment Téléze-Vous ?" paraîtra au début des grandes vacances. Il fera notamment le point sur l'évolution des négociations du contrat de gestion de la RTBF qui doit aboutir au plus tard à la mi-octobre. Nous reviendrons également sur le déroulement du débat "La RTBE, c'est vous" qui fut diffusé par la RTBF le 2 mai dernier... ■