

Les médiateurs à l'heure du numérique : analyse du rôle et de l'évolution de la fonction des médiateurs dans les médias français à l'heure du numérique

Catherine Reggianini

► To cite this version:

Catherine Reggianini. Les médiateurs à l'heure du numérique : analyse du rôle et de l'évolution de la fonction des médiateurs dans les médias français à l'heure du numérique. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02997430

HAL Id: dumas-02997430

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02997430>

Submitted on 10 Nov 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

Option : Journalisme

Les médiateurs à l'heure du numérique

Analyse du rôle et de l'évolution de la fonction des médiateurs
dans les médias français à l'heure du numérique

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Hervé Demailly

Nom, prénom : REGGIANINI Catherine

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 27/11/2018

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements :

A Hervé Demailly pour sa bienveillance et ses conseils avisés tout au long de ce travail de recherche

A Didier Vincenot pour avoir accepté d'être mon rapporteur professionnel, pour sa grande disponibilité

A Marie-Laure Augry, ancienne Médiatrice de l'information de France 3

A Nicolas Jacobs, Médiateur de l'information à France Télévisions (France2, France3, France Info)

A Daniel Cornu, Médiateur à la Tribune de Genève, 24 heures et Le Matin (groupe Tamedia)

A Jean-Marie Charon, sociologue des médias, Administrateur de l'IDIES (institut de développement de l'information économique et sociale, Membre de l'observatoire sur l'éducation aux médias du CSA.

A Jérôme Bouvier, ancien médiateur de radio France de 2009 à 2014, Fondateur des assises du journalisme. Président de l'association "Journalisme et Citoyenneté"

A Patrick Eveno, Président de l'ODI (Observatoire de la Déontologie de l'Information)

A Karine Chevalier qui a accompagné cette promotion avec dévouement et attention

Enfin, à ma famille, amis et collègues qui m'ont soutenu tout au long de ce projet.

SOMMAIRE

Remerciements	2
Sommaire	3
Introduction	4
I Une fonction qui s'est développée inégalement dans le Monde	9
A) Historique de la fonction de médiateur.....	9
B) Etat des lieux des médiateurs français.....	11
C) Profils et Statut du médiateur	13
II En quoi le rôle du médiateur a-t-il évolué ?	15
A) Rôle et champ d'intervention du médiateur à l'origine.....	15
B) Comment travaille aujourd'hui le médiateur à l'heure du numérique ?.....	17
C) De quels outils dispose le médiateur, de quelle façon s'exprime le médiateur ?.....	24
III La médiation peut-elle exister hors les médiateurs ?	26
A) Le community manager peut-il le remplacer ?.....	26
B) Des organismes indépendants qui observent (ODI : Observatoire de la déontologie de l'information)	29
C) L'Evocation d'un conseil de presse.....	31
Conclusion	34
Bibliographie	37
Annexes	38
Résumé	70
Mots-Clés	71

Introduction :

Dans un véritable climat de défiance des lecteurs et téléspectateurs, les profanes s'arrogent une place de plus en plus importante dans le discours médiatique et les relations que les usagers entretiennent avec les médias ont profondément changé.

En effet, un paradoxe apparaît entre, d'une part, l'absence de confiance dans les médias et le discrédit qui frappe les journalistes et, d'autre part, la surconsommation d'informations qui fait souvent des usagers des « accros à l'info ».

Ce paradoxe est révélateur d'un mouvement de fond qui conjugue distance critique et volonté participative : les courriers des lecteurs témoignent de l'imbrication de plus en plus forte entre production et réception de l'information.

Pour Jean-Marie Charon, sociologue des médias, un facteur important est à prendre en compte, c'est celui de l'évolution du profil des lecteurs, auditeurs et téléspectateurs. Si l'on se réfère au baromètre de confiance des français pour les médias¹ publié tous les ans par le journal La Croix, beaucoup de personnes interrogées ont l'impression de pouvoir juger les journalistes du fait qu'ils ont un niveau d'éducation, de compétences qui est au moins équivalent à celui des journalistes. L'argument doit être pris en considération, on observe en effet que les effectifs ayant accès à l'enseignement supérieur ont été multipliés par 8 en 50 ans (voir graphique)².

Face à un public de plus en plus virulent sur le manque de fiabilité et erreurs des journalistes, il monte dans l'espace public une véritable notion de déontologie de l'information.

Dans cet ordre d'idée, un éclairage s'avère nécessaire pour illustrer les devoirs et les droits des journalistes.

Pour les journalistes français, cette déontologie s'exprime dans des chartes à la portée morale plutôt que juridique. Il existe plusieurs chartes déontologiques négociées au niveau de l'ensemble de la profession. La plus connue est la charte de Munich, la Déclaration des devoirs

¹ Depuis 1987, le baromètre annuel de la confiance des Français dans les médias, réalisé pour La Croix par Kantar Public, évalue les moyens d'information des Français, la crédibilité qu'ils leur accordent et le traitement médiatique des événements de l'année écoulée.

²Annexe n°10- Graphique

et des droits des journalistes³, rédigée par un collège professionnel syndical européen en 1971, à Munich.

Certains souhaitent aller plus loin, comme le journaliste Bruno Frappat, ancien directeur de la rédaction du Monde et de La Croix qui a essayé de cadrer plus encore la profession, avec un projet de code de déontologie pour les journalistes en 2009⁴.

Jusqu'à présent, aucun de ces textes ne semble toutefois avoir rencontré de véritable consensus au sein de la profession. Leurs contenus semblent pourtant très proches, et reposent dans l'ensemble sur trois principes communs, que sont le respect dû au lecteur, le respect des confrères (interdiction du plagiat, notamment) et la protection du secret des sources. A ces textes généraux s'ajoutent, en outre, les nombreuses chartes internes aux entreprises de presse et de médias, qui traitent souvent ensemble des questions éditoriales et déontologiques (entre autres exemples, des chartes existent dans un grand nombre de quotidiens, tels le Monde, Le Figaro, Libération, Les Echos, Ouest-France, ou 20 Minutes ; mais aussi dans certains magazines hebdomadaires, comme Challenges ; ou encore dans l'audiovisuel public comme à France Télévisions.

Selon Daniel Cornu, médiateur à la Tribune de Genève « dans sa fonction critique, la presse est certes un instrument de démocratie, mais comment en contenir les débordements, quel pouvoir en somme opposer au quatrième pouvoir ? »

En somme, quels seraient les voies et les moyens d'assurer une meilleure responsabilité sociale des médias ?

L'idée de définir un Media Accountability System (M.A.S) est née au Etats Unis. Selon Jean-Marie Charon, sociologue des médias elle a été reprise et partagée en France par Claude Jean Bertrand, professeur de l'institut français de presse, aujourd'hui décédé. Bertrand avait fini par imposer une notion nouvelle : les M.A.R.S (Moyens d'Améliorer la Responsabilité Sociale des médias) qu'il décrit dans « L'arsenal de la démocratie »⁵ en 1999.

L'ouvrage souligne quels moyens pourraient être utilisés, comme les codes de déontologie et les chartes d'entreprise, les conseils de presse, les revues critiques, la formation des journalistes,

³ Annexe n°8 - Charte de Munich 1971

⁴ Au début de l'année 2009, à la suite des États généraux de la presse écrite, dont il est l'un des quatre « chefs de groupe », Bruno Frappat est chargé de piloter un groupe de dix sages qui a proposé aux partenaires sociaux un code de déontologie visant à actualiser la charte du SNJ et la charte de Munich.

⁵ Claude-Jean Bertrand -L'Arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M.A.R.S - Economica – 1999

la recherche universitaire, la création d'associations de professionnels et d'utilisateurs attachés à la qualité de l'information, enfin les médiateurs de presse, sujet qui nous intéresse précisément.

Notre étude s'interroge dès lors sur le rôle que peut jouer la fonction de médiation.

Modèle d'autorégulation des médias au niveau interne, certains médias publics et d'autres privés se sont dotés de médiateurs pour assurer la liaison entre le personnel de leur organe d'information et les utilisateurs (lecteurs, spectateurs ou auditeurs), ils reçoivent leurs observations et leurs plaintes et s'efforcent de régler les désaccords entre les deux parties.

Au sein de leurs entreprises, les médiateurs possèdent un double rôle consistant à favoriser le dialogue entre le public et la rédaction, tout en veillant au respect des règles et usages fixés par leur organe de presse.

Leur fonction peut, d'ailleurs, excéder le seul champ de la déontologie (car les remarques ou plaintes des lecteurs concernent parfois tout autant les choix de ligne éditoriale que des manquements déontologiques).

S'ils sont le plus souvent eux-mêmes journalistes, la place des médiateurs, au sein ou à côté de la rédaction, varie toutefois suivant les organes d'information ; leur influence et leur visibilité vis-à-vis du public, également, puisque là où le rôle de certains se limite à apporter une réponse par courrier ou courriel aux plaintes exprimées, d'autres peuvent diffuser des notes dans la rédaction, faire publier des rectificatifs, rédiger une chronique régulière ou encore présenter une émission dédiée à la médiation.

Bien qu'ils ne disposent pas d'un pouvoir de sanction en tant que tel, on observe qu'il existe une gradation dans leurs interventions, qui peuvent se traduire par la transmission du courrier à l'auteur de l'article, la citation d'une erreur dans leur chronique, en passant par la publication de corrections ou d'extraits des lettres critiques.

A travers nos interviews nous analyserons leurs relations avec le public, avec une tendance qui se dégage pour des membres du club des médiateurs, qui ont notamment observé l'amélioration du ton des plaintes et de la qualité du dialogue avec les lecteurs ou auditeurs, dès le moment où ceux-ci se trouvent confrontés à un interlocuteur réel.

Une approche de l'autorégulation par des médiateurs internes aux organes de presse présente alors l'avantage d'introduire un principe de responsabilité au niveau le plus simple et le plus direct.

Toutefois, on remarque que ce système peut accentuer les disparités entre les différentes entreprises de presse, et ne permet pas de traiter toutes les questions qui se posent à tout le système d'information. D'autres observateurs, comme l'association ACRIMED (Action-Critique-Médias), tout en reconnaissant la portée pédagogique du rôle des médiateurs, relèvent la position délicate de ceux-ci, en termes d'indépendance, vis-à-vis des médias qui les emploient.

Ce qui pose ici la question de ne pas confondre la médiation et le marketing éditorial dans les médias où pèsent des contraintes économiques.

Véritable révélateur des questions, des critiques et des attentes du public, la médiation de presse comme nous allons le voir tout au long de notre analyse a beaucoup évolué ces dix dernières années, confrontée aux changements des relations avec ses usagers induites notamment par la montée en puissance du numérique.

Problématique : Notre recherche va s'intéresser à l'évolution du rôle des médiateurs dans les médias français à l'heure du numérique. Aujourd'hui ces médiateurs sont confrontés au pluri-supports des médias qui les emploie : support historique du média plus réseaux sociaux et site Internet.

Il conviendra d'analyser comment le « digital first » et l'interactivité induite par les supports (réseaux sociaux, sites Web, chaîne d'info en continue) a fait évoluer les contenus et les échanges avec les « usagers de l'info ». Comment le bienfondé de la fonction de médiateur s'inscrit dans cette mutation des pratiques à l'heure où les médias se retrouvent dans des modèles économiques contraints ?

Corpus :

Le corpus sera constitué d'une part des six différentes interviews réalisées auprès de médiateurs en fonction où l'ayant exercé et de spécialistes ou observateurs des médias avec leur point de vue et leur expertise sur le sujet de la médiation.

Marie-Laure Augry, ancienne Médiatrice de l'information de France 3, Nicolas Jacobs, Médiateur de l'information à France Télévisions (France2, France3, France Info), Daniel Cornu, Médiateur à la Tribune de Genève, 24 heures et Le Matin (groupe Tamédia), Jean-Marie Charon, sociologue des médias, Administrateur de l'IDIES (institut de développement de l'information économique et sociale, Membre de l'observatoire sur l'éducation aux médias du CSA, Jérôme Bouvier, ancien médiateur de Radio France de 2009 à 2014, Fondateur des assises du journalisme. Président de l'association "Journalisme et Citoyenneté", Patrick Eveno, Président de l'ODI (Observatoire de la Déontologie de l'Information).

Pour cela nous dresserons un état des lieux de cette profession et étudierons leur rôle et les outils dont ils disposent pour exercer leur activité. Nous analyserons leur position dans le média où ils exercent.

Autres corpus et supports de travail pour notre mémoire, les 2 rapports pour l'année 2017 des médiateurs de France 2 (Nicolas Jacobs) et France 3 (Marie-Laure Augry) pour l'année 2017-2018 qui nous ont permis de balayer les principaux thèmes évoqués par les téléspectateurs dans leur contact avec les médiateurs.

Plan

Notre première partie s'intéressera d'abord à l'aspect historique de la médiation. Une démarche qui nous conduira à faire un rappel de ces racines, de son évolution et de dresser un état des lieux dans le Monde, en Europe et dans les médias Français. Interviews à l'appui nous tâcherons de répondre à une première question de notre problématique concernant le bienfondé de la fonction de médiateur dans un univers médiatique malmené par des contraintes économiques. Cette première partie abordera ensuite le profil et le statut des personnes qui occupent ce poste.

Notre seconde partie sera déduite du corpus de notre étude, constitué des entretiens avec les différents médiateurs et l'analyse de leurs rapports d'activité. Notre travail s'est porté sur l'analyse de l'activité de la fonction et de son évolution à l'heure de l'usage incontournable des supports numériques et des réseaux sociaux. Nous nous interrogerons sur l'impact positif ou négatif engendré par ces bouleversements dans les usages entre les médias et leur public.

La dernière partie de ce travail de recherche va mettre en perspective la remise en cause possible du poste de médiateur concurrencé par d'autres acteurs et organismes.

Nous comparerons les différents moyens mis en œuvre par ces différentes alternatives à la médiation et nous nous interrogerons sur leur réelle efficacité.

I Une fonction qui s'est développée inégalement dans le Monde

A) Historique de la fonction

Pour procéder à notre étude et avant de s'interroger sur la place du médiateur à l'heure du numérique, il convient de faire un rappel de l'origine et du développement de la fonction.

Nos recherches nous ont conduites en Scandinavie, plus précisément en Suède où le tout premier médiateur, « ombudsman » apparaît en 1809, mais ne travaille pas dans un média : il reçoit les critiques que les citoyens formulent à l'égard du gouvernement suédois.

En Suède, à la Cour du roi, un haut fonctionnaire recevait les plaintes adressées au roi concernant des abus de pouvoir ou des mauvaises pratiques administratives. Dans une réforme constitutionnelle de 1809, le pouvoir législatif appelé "Ständerna" s'appropriera l'élection de ce haut fonctionnaire. Il déclara qu'il serait désormais appelé Ombudsman parlementaire et jouirait, dès lors, d'une totale indépendance par rapport au roi, à son gouvernement et à son administration. Il souligna également que l'Ombudsman parlementaire devait exercer ses fonctions en toute indépendance par rapport au Parlement. C'est ainsi qu'est né l'ombudsman.

Dans un tout autre ordre d'idée, dès la fin du 19^{ème} siècle, on s'est ému aux Etats unis de la puissance grandissante des journaux, de leurs relations avec le monde des affaires. On leur reproche des atteintes à la moralité publique et à la vie privée et leur soumission aux pressions des annonceurs.

L'idée d'une responsabilité sociale apparait alors.

Elle sera développée aux Etats Unis après la seconde guerre mondiale par la commission Hutchins (1947) sur la liberté de la presse. Relayée par diverses commissions d'enquêtes au Royaume Uni, dont la première recommandation sera la création d'un conseil de presse, institué en 1953. Un questionnement analogue conduira en France à l'émergence d'une notion nouvelle : le droit à l'information, qui appartient en premier lieu au public.

C'est au Japon en 1922 qu'apparaît pour la première fois le rôle de médiateur dans une entreprise de presse. Un comité composé de plusieurs personnes est formé au sein du quotidien japonais Asahi Shinbun pour faire le relais entre les publics et la rédaction. Aux États-Unis le premier médiateur est embauché pour le journal local de Louisville, dans le Kentucky, en juin 1967, un autre au Washington Post, en 1970, tandis que le New York Times crée le poste en 2003, après l'affaire Jason Blayr (ce journaliste du quotidien avait falsifié un grand nombre d'articles, inventant des témoins, des sources ainsi que de nombreux détails). Six personnes ont occupé cette fonction avant sa suppression le 31 mai 2017 ; aujourd'hui, 2% environ des quotidiens américains possèdent des médiateurs.

La médiation de presse en Europe et dans le monde :

Ismaël Lopez Munoz est considéré comme le premier médiateur de presse européen. Désigné par le quotidien El País, en 1985, avec le titre de « Defensor del lector ». En Grande Bretagne, le premier poste de médiateur est instauré au Guardian en 1997.

Nous avons pu constater que l'institution d'un médiateur n'est cependant pas assurée sur le long terme même dans les meilleurs journaux comme en Italie où « la Repubblica » a nommé un médiateur en 1986 et où l'expérience n'a pas duré plus d'un an.

Il existe aujourd'hui une Organisation internationale des médiateurs de presse (Organization of News Ombudsmen - ONO), qui compte une soixantaine de membres, parmi lesquels des médiateurs de publications émanant (par ordre quantitatif décroissant) des États-Unis, du Royaume-Uni, des Pays-Bas, de Suède, de Turquie, du Brésil, du Canada, du Danemark, d'Israël, d'Espagne, du Portugal ou du Japon.

Une histoire globale, des particularités nationales.

S'il apparaît que la mission de connecter le public aux rédactions reste une constante du rôle du médiateur, il est important de souligner qu'il existe cependant des particularités nationales.

Par exemple dans les pays anglo-saxons, notamment au Canada, comme nous l'a expliqué ML Augry, où les médiateurs instruisent des plaintes. Il n'y a pas de rôle d'échange et de dialogue, il n'y a pas d'émissions. Ces médiateurs enquêtent à partir des réclamations du public et déterminent si le plaignant a raison ou non. Tout cela revêt un côté juridique.

Dans un autre ordre d'idée, en Belgique, à la RTBF, le service médiation doit systématiquement répondre aux lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs dans un délai de 30 jours ouvrables.

Pour Patrick Eveno, historien des médias et Président de l'Observatoire de la déontologie de l'Information (ODI), cette disparité des méthodes de médiation peut s'expliquer par les

spécificités culturelles de chaque pays. « La force de la société civile est plus importante dans les pays comme la Suisse, la Belgique ou le Canada qu'en France où la culture de la discussion et du consensus est bien plus rare et vire bien plus rapidement à l'affrontement »⁶.

Le bref tableau esquissé de la médiation dans le monde et en Europe fournit déjà à notre recherche un premier indice : il existe à peu près autant de définitions de la fonction qu'il existe de médiateurs.

B) Etat des lieux en France :

En France, le développement de médiateurs dans le domaine de l'information s'est déroulé en deux étapes. On a pu observer un démarrage plus précoce dans la presse écrite, qui semble avoir été plus rapidement acquise au principe d'une ouverture au regard critique du public.

Pour Jérôme Bouvier ce sont les journaux historiques qui ont ouvert le bal, ayant institué dans leur mode de fonctionnement des sociétés de rédacteurs, comme au journal Le Monde.

En effet, c'est au Monde que le premier médiateur apparaît, en 1994, lorsque Jean-Marie Colombani, directeur du journal, confie cette mission à André Laurens (directeur de la publication du journal entre 1982 et 1985) avec un statut indépendant du rédacteur en chef. Lui ont depuis succédé Robert Solé, Thomas Ferenczi et Franck Nouchi actuellement en poste.

D'autres journaux se sont également, dotés à leur tour de médiateurs, parmi lesquels la Dépêche du Midi (2001), le Midi Libre (2004), Sud-Ouest (2006) ou l'Express (2006).

Notre étude a fait apparaître le cas particulier de l'audiovisuel public. Mettant en évidence que son statut sous tutelle de l'état a apporté une accélération à la fin des années 90 dans la mise en place de postes de médiateurs.

⁶ Extrait de l'interview de Patrick Eveno – (annexe 3)

L'apparition de médiateurs dans le secteur de l'audiovisuel public

Dans ce secteur, l'existence d'une redevance versée par le public est apparue comme un motif supplémentaire en faveur de la mise en place d'un garant interne de la déontologie.

Pour Jérôme Bouvier (médiateur de Radio France de 2009 à 2014), on constate une avancée plus significative quand le Cabinet de Catherine Trautmann alors Ministre de la culture et de la communication avec Jean-Marie Charon comme conseiller (1997-1998) décide en 1998 que l'ensemble de l'audiovisuel public doit se doter de postes de médiateurs.

« Ce qui a donné une force et une structuration au poste de médiateur en France, dans l'audiovisuel public en tout cas, malheureusement le privé n'a pas suivi ». ⁷

On note qu'il faudra attendre 2009 pour que TF1 se dote d'un médiateur.

On constate que depuis 2006, les médiateurs français ont toutefois mis en place un système de réflexion concerté, en se réunissant plusieurs fois par an dans un « club des médiateurs de la presse » ⁸ composé aujourd'hui d'une dizaine de membres.

Pour Jérôme Bouvier, ce cercle avait été créé pour avoir un espace de réflexion inter médias.

Il y avait dans toutes les propositions autour du rôle de médiateur, l'idée qu'il pouvait y avoir un collège de médiateurs qui servent de conseil de presse, de conseil de déontologie nationale.

Peu de médias français en sont dotés : Ils ne sont qu'une petite dizaine, répartis entre la presse régionale, TF1 et le Monde et l'audiovisuel public.

Ce rôle de médiation entre les lecteurs, téléspectateurs, auditeurs et leurs médias semble être en pleine redéfinition, voire raréfaction. Ce qui peut paraître paradoxal à l'heure des fakes news et d'une crise aigüe de la confiance des citoyens à l'égard des journalistes.

La raréfaction des postes de médiateurs

La tendance générale paraît toutefois, comme le souligne un récent rapport de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information, marquée par la raréfaction des postes de médiateurs (à l'heure actuelle au nombre de neuf, contre quinze au plus haut de leur développement).

⁷ Extrait de l'interview de Jérôme Bouvier – (annexe 5)

⁸ Annexe n° 9 - Liste membres du Club des médiateurs de presse

Nous avons observé que la problématique économique des médias revenait tout au long de nos entretiens. Devenant même un critère déterminant dans les structures privées pour le maintien de ces postes.

Selon Jérôme Bouvier : « Un poste de médiateur c'est un poste avec un salaire à plein temps. Généralement occupé par des personnes qui ont une certaine expérience, un certain parcours et donc pas un salaire de débutant »⁹

La multiplication des plans sociaux dans l'univers des médias fait que ces postes de médiateurs apparaissent souvent comme fragiles. Comme par exemple Au Parisien lors du changement d'actionnariat le poste n'a pas été renouvelé. On a pu observer que dans la presse quotidienne régionale de nombreux postes de médiateurs ont disparu, non pas parce que leurs postes étaient contestés mais par pure mesure économique.

Le paradoxe est alors frappant et va à l'encontre des préconisations du Ministère de la culture qui a inclus dans ses contrats de subvention à la presse des incitations pour bonnes pratiques en matière d'éducation à l'information et des bonnes pratiques en termes de relation avec les publics et donc la création de postes de médiateurs.

C) Profils et statut du médiateur

Un poste pour des journalistes chevronnés

Ce qui est frappant dans l'échantillon constitué par nos médiateurs interviewés réside dans le fait qu'ils sont tous des journalistes chevronnés, venant de la hiérarchie et même de la haute hiérarchie rédactionnelle, ayant souvent assumé plusieurs fonctions dans l'entreprise. Ils mettent en avant leur parcours, souvent exemplaire, synonyme d'autorité, de respect et de crédibilité dans les rédactions.

Il apparaît alors judicieux de s'interroger sur la concomitance pour le médiateur d'avoir un long passé dans l'organe de presse qui l'emploie et la légitimité qui en découle dans le rapport aux journalistes dont il aura à commenter le travail.

« On ne peut pas être médiateur avant 50 ans »¹⁰ explique Patrick Eveno, Président de l'ODI (Observatoire de la Déontologie de l'Information).

Une impression qui se confirme dans la mesure où la médiation est l'explication d'un média avec son public, un médiateur ne s'adresse pas à ceux qui ne le lisent ou ne l'écoutent pas. A

⁹ Extrait de l'interview de Jérôme Bouvier – (annexe 5)

¹⁰ Extrait de l'interview de Patrick Eveno – (annexe 3)

ce poste, il faut quelqu'un qui ait connu la vie de la rédaction et en connaisse son fonctionnement.

Nous nous sommes également intéressés à la façon dont le médiateur pouvait être choisi ; avec notamment un mode de désignation qui relève d'une procédure bien établie dans l'audiovisuel public.

En l'occurrence, à France télévisions, c'est un collège, constitué des délégués du personnel et des représentants de la SDJ (société des journalistes), qui recueille les candidatures (internes ou externes) et sélectionne par vote secret les 3 candidats. Le Président(e) de France Télévisions choisit le médiateur parmi ces 3 candidats.

Marie Laure Augry et Nicolas Jacobs ont un point commun : à leur prise de poste comme médiateur à France télévisions ils étaient très expérimentés.

Marie-Laure Augry a été la médiatrice de France 3 de 2004 à 2017, avec un parcours dans l'audiovisuel public et privé depuis les années 1970. Figure du journal télévisé de TF1 dans les années 1980 aux côtés d'Yves Mourousi, a quitté fin 2017 le poste de médiatrice des informations de France 3, qu'elle a occupé pendant plus de dix ans.

Selon Marie-Laure Augry « La logique a voulu qu'au moment où je parlais, comme il y avait un regroupement des rédactions à France Télévisions qu'il n'y ait plus qu'un médiateur »¹¹. Médiateur de France 2 depuis 2011, Nicolas Jacobs occupe désormais le poste de médiateur pour France2, France3 et France Info.

Une expérience de 30 ans au sein de rédactions dans la presse la radio et la télévision lui a donné selon lui une légitimité. Avant d'être candidat au poste de médiateur il a exercé 7 ans comme rédacteur en chef du 13h de France 2.

La culture de la médiation est une chose, la personnalité et le parcours des personnes qui l'exercent en est une autre, même si les deux sujets sont intimement liés.

Si pour la majorité des médiateurs qu'il nous a été amené de questionner, l'expérience a été souvent exercée jusqu'à la fin de leur carrière comme pour Marie-Laure Augry ou Daniel Cornu ; nos recherches nous laissent néanmoins quelques exemples d'échecs comme le premier

¹¹ Extrait de l'interview de Marie-Laure Augry – (annexe 6)

médiateur de Radio France, Philippe Labarde (extérieur, venant du CSA après une carrière en presse écrite), qui n'a pas réussi dans la fonction.

Dans le cas de Jérôme Bouvier (médiateur à Radio France de 2009 à 2014) le choix d'arrêter d'exercer sa fonction de médiateur ressemble plutôt à un acte réfléchi.

Il a démissionné de son poste en adressant une lettre¹² ouverte sur son site de dialogue avec les auditeurs « Espace public ». Dressant un bilan de cinq années avec ses bonheurs et ces tâches moins heureuses.

Il fait le constat que le poste de médiateur ne pouvait pas être son « sujet à vie ». Par ailleurs, toujours en voulant valoriser le dialogue entre les journalistes et les citoyens, en 2007, il est le fondateur et l'organisateur des premières Assises du journalisme¹³, via l'association "Journalisme et Citoyenneté", qu'il préside. Depuis 2015, Il est aussi devenu conseiller au ministère de la culture.

Ce point concernant le profil du médiateur aura permis de mettre en évidence que s'il veut être légitime auprès des rédactions, le médiateur doit être un journaliste expérimenté le plus souvent issu du média pour lequel il va exercer.

II- En quoi le rôle du médiateur a-t-il évolué ?

A) Rôle et champ d'intervention du médiateur à l'origine

S'il convient à ce stade de s'interroger sur le rôle et le champ d'intervention du médiateur, le cadre de leur activité est clairement borné. Les médiateurs n'interviennent jamais a priori mais a posteriori, lorsqu'ils sont saisis, par écrit, après diffusion. Ils ne donnent pas suite aux courriers ou messages électroniques anonymes.

¹² Annexe n° 9 Lettre de Jérôme Bouvier

¹³ Les Assises internationales du journalisme et de l'information sont un rendez-vous annuel de discussion et de prospective des professionnels de l'information, organisé depuis 2007 par l'association Journalisme et citoyenneté, présidée par Jérôme Bouvier, auxquels participent les clubs de la presse, les sociétés de journalistes, les chercheurs et les syndicats de journalistes. Leur 2^e édition, en 2008, a inspiré l'État pour l'organisation quelques mois plus tard des États généraux de la presse écrite.

Nous nous sommes intéressés au premier prérequis impératif au bon fonctionnement du poste de médiateur, **l'indépendance**.

Comme décrit dans « les cahiers du journalisme n°18 »¹⁴, le médiateur doit être hors hiérarchie. Il doit n'avoir de comptes à rendre à personne sur ses interventions publiques (chroniques, émissions, etc.) ou internes (discussions, réunions, contacts individuels, etc.), pas même au patron, qu'il informe parfois en cas de problème qu'il doit connaître. C'est presque toujours le cas et ce qui fonde la crédibilité de la fonction. C'est d'autant plus nécessaire que les médiateurs sont rémunérés par les entreprises et que presque tous font partie des effectifs de la rédaction.

Après avoir dépassé ce premier stade d'étude de la médiation à travers son histoire et son cadre originel, il semble désormais nécessaire de nous arrêter à l'analyse de l'évolution des tâches du médiateur.

En France selon Patrick Eveno, la notion de médiation reste un échange, une interface. Le médiateur est l'une des réponses aux questionnements des publics.

Le travail quotidien du médiateur, consiste à la lecture du courrier (et les réponses) ; la sélection des réactions (pour le courrier des lecteurs, pour une chronique, pour une émission de radio ou de télévision avec cette difficulté supplémentaire de l'expression à l'antenne) ; l'enquête sur les problèmes soumis (auprès du public, auprès de la rédaction, voire sur le terrain) ; les interventions publiques (chroniques, émissions) et internes dans la rédaction.

La démarche du lecteur ou téléspectateur est très volontariste, elle s'adresse à quelqu'un d'identifié, avec un contenu destiné au diffuseur en espérant faire changer les choses.

De ses débuts à son poste de médiateur, Nicolas Jacobs retient que les téléspectateurs s'adressaient à la chaîne par courrier, et que du fait de la lenteur de transmission et la forme, les propos étaient très réfléchis et assez analytiques. Les gens ne se contentaient pas d'une critique mais essayent de proposer des mesures pour que les choses évoluent de manière correcte. Les lettres pouvaient faire une à deux pages.

Daniel Cornu, médiateur pour 3 journaux du Groupe Tamédia (La Tribune de Genève et 24 heures et Le Matin passé sur Internet depuis juillet 2018) est le plus ancien médiateur encore en poste (il a 80 ans et sa mandature se termine l'année prochaine).

¹⁴ Les Cahiers du journalisme. Printemps 2008, n° 18 : La médiation de presse- Presse de l'Université Laval

Une grande expérience à ce poste qu'il occupe depuis 1998 lui a permis d'avoir beaucoup de recul sur l'évolution de la médiation. Comparant ainsi le début de sa prise de fonction, où pour le lecteur s'adresser au médiateur était un acte respectueux. Le citoyen portait un regard critique sur les médias et demandait un traitement journalistique conforme à la déontologie, alors qu'aujourd'hui il accuse immédiatement.

Dans les échanges que nous avons eu avec ML Augry et Nicolas Jacobs, les 2 médiateurs ont relevé que lorsque les téléspectateurs écrivaient au médiateur du service public il y avait un fort ressenti : « le service public d'une façon ou d'une autre appartient à tous » ne serait ce que par la redevance, la relation est très particulière avec le public, les téléspectateurs ne se conduisent pas uniquement comme des consommateurs.

Le rôle du médiateur est alors de faire vivre en interne la parole du téléspectateur. D'avoir un contact régulier, quasi quotidien avec les rédactions, pour être le porte-parole du public.

B) Comment travaille aujourd'hui le médiateur à l'heure du numérique ?

Dans un premier temps il convient de s'interroger sur ce qui a changé sur la forme et dans le contenu des échanges entre le média et son public. Nous avons analysé comment les nouvelles pratiques avaient interféré sur le travail du médiateur. Pour cela nous sommes plus particulièrement arrêtés sur l'exemple du médiateur de l'info à France Télévisions.

A cette étape de notre recherche nous avons constaté que la bascule s'était opérée dans un premier temps par la forme. Aujourd'hui à France Télévisions, 90% des téléspectateurs s'adressent au médiateur de la chaîne par courriels (France Télévisions a reçu quelques 20 000 courriels en 2017). Les réactions sur les chaînes historiques (France 2 et France 3) restent majoritaires.

A contrario, pour La chaîne info du service Public « France Info » qui est sur une autre ligne éditoriale. Nicolas Jacobs remarque que les téléspectateurs réagissent beaucoup moins, selon lui pour les chaînes infos, le public a moins de mémoire, il ne s'arrête pas sur l'info, il la prend, la digère. S'il tique sur une information il va attendre le flash suivant et ne prend pas la peine d'écrire au médiateur. De fait les courriels pour la chaîne info sont plus que marginaux.

Si le nombre de courriels a plutôt tendance à se stabiliser, voire à baisser, c'est au niveau des contenus que le changement est le plus frappant.

A travers l'étude de nos corpus, différents types de courriels se dégagent. La première chose qui nous a sauté aux yeux concerne le ton des plaintes.

Pour Nicolas Jacobs, avec Internet on a vu arriver de plus en plus et presque essentiellement des réactions épidermiques. A la lettre d'une à deux pages, c'est substitué un courriel de 3 ou 4 lignes, voire 1 ligne, le plus souvent des réactions à chaud, sans réflexion derrière.

D'ailleurs les théories complotistes se sont fortement développées, entraînant d'emblée des propos violents, une violence dans la rhétorique.

Si les réponses individualisées représentent une bonne part de l'activité du médiateur, une nuance est néanmoins à apporter. Sur le volume de courriels reçus, les deux tiers n'appellent pas de réponse ; les gens expriment un avis mais n'attendent pas de retour.

Pour notre médiateur Suisse, Daniel Cornu, le volume est passé en dix ans de 100 courriels par jour à 50 aujourd'hui.

S'il constate qu'au début de l'Internet social les journaux ont beaucoup sollicité les commentaires des lecteurs pour avoir le plus de réactions possibles en se montrant peu exigeants sur l'identité des plaignants avec des contenus juridiquement bordable. Suite à des abus le journal a mis ensuite un service de modération externalisé : Netino (spécialiste de la gestion des médias sociaux, il assure la modération du contenu et des métiers du back office). En France le journal Le Monde a fait également appel à ce service.

Le médiateur a constaté que cette modération de commentaires ne donnait pas forcément satisfaction à chacun des lecteurs et notamment sur le site « Le Matin » et suscitait beaucoup de réactions ; certains trouvaient qu'on avait eu tort de ne pas publier leur commentaire.

En 2015-2016 le médiateur en était venu à comptabiliser non pas les plaintes mais les plaignants, souvent les mêmes, ce qui donnait une vision artificielle de l'activité.

En 2016, « Le Matin » a changé sa politique, en installant des paragraphes à la fin de chaque article ou le lecteur peut faire des commentaires, avec un petit avertissement, on leur demande de décliner leur profil. S'ils refusent, leur commentaire n'est pas publié. Dès lors il y a eu une chute extraordinaire du commentaire publié entraînant une chute de fréquentation du site.

Pour Daniel Cornu le pouvoir semble cependant être passé du côté des lecteurs et le médiateur est souvent considéré comme « le paratonnerre » du média qu'il représente.

La deuxième chose qui nous a interpellé concerne l'évolution sur « le fond » des messages adressés au médiateur.

Aujourd'hui les français s'informent par eux même plusieurs fois par jour, partagent de l'information et cela les rends plus curieux et intéressés sur les choix des sujets qui sont traités mais aussi la façon de les traiter. Le public formule des critiques et attend un dialogue, des échanges.

Dans la même tendance, les institutions, les associations et les corporations sont des ensembles qui se considèrent de plus en plus comme des sources, la presse vient déranger parce qu'elle dit autre chose. On est passé de la demande de rectifier une erreur à la dénonciation de l'erreur et la théorie même à l'accusation de participer tout de suite au complot.

Ces nouveaux comportements, selon les médiateurs que nous avons entendus, induisent pour les médias de renforcer le lien leur public, s'ils veulent se garantir plus de crédibilité.

Selon Marie-Laure Augry, les réseaux sociaux sont un lieu de parole et d'échanges spontanés. « La médiation c'est le recul. Les messages des téléspectateurs sur les réseaux sociaux sont beaucoup plus impulsifs »¹⁵

La médiation doit évoluer et réfléchir avec les lecteurs, les auditeurs et les téléspectateurs sur la fabrication de l'information, sur les choix que l'on peut faire et sur la démarche que l'on a les uns les autres d'être acteur de son information.

Dans cet ordre d'idée France Télévisions sur proposition du service médiation à mis en place il y a 6 ans un réseau de guetteurs.

Basé sur le volontariat, ce groupe de téléspectateurs peuvent envoyer des messages pour nourrir une réflexion et nourrir le contenu d'une émission ; ils peuvent réagir et même à un moment influencer les choses. L'entreprise audiovisuelle a créé ainsi un lien constant avec des téléspectateurs concernés, avec pour objectif un dialogue qui s'installe. Les verbatims sont retranscrits sur le blog de la médiation.

Pour recruter ces bénévoles le média pointe les téléspectateurs qu'il sent les plus concernés.

Aujourd'hui près de 500 personnes composent ce réseau, un groupe qui augmente régulièrement.

¹⁵ Extrait de l'interview de Marie-Laure Augry – (annexe 6)

En complément on note que l'audiovisuel public est doté d'un conseil consultatif de téléspectateurs constitué d'une trentaine de personnes du public qui n'est pas issue de la médiation mais du contrat d'objectifs et de moyens¹⁶ de France Télévisions.

Dans le même temps on remarque que le numérique a directement impacté l'organisation du travail du médiateur.

En Suisse, pour Daniel Cornu, la politique du groupe (TAMEDIA) pour lequel il exerce la fonction de médiateur, a bouleversé ses méthodes de travail.

Avec le « digital first » les contenus (articles) sont portés à la connaissance du public avant la parution papier. Les lecteurs réagissent et interviennent alors sur Internet.

Une complication certaine pour le médiateur. A titre d'exemple, quand un plaignant se réfère à un article sans date, des recherches sont nécessaires (dans Google par exemple) et la tâche se complique si l'article entre temps a été retiré.

Ce qui provoque de multiples interventions allant jusqu'au responsable de site pour des raisons de sécurité informatique.

« Aujourd'hui les lecteurs sont plus exigeant, ils estiment que je devrais être à jour sur tous les contenus des sites alors qu'ils changent toutes les heures »¹⁷

Même s'il n'est qu'à tiers temps. Daniel Cornu combine une activité quotidienne de quelques heures à son bureau et le reste du temps il est en veille via sa messagerie qu'il consulte tout au long de la journée. Une dimension nouvelle apparaît dès lors dans les pratiques « la veille ».

La veille médiatique, dans ce cas consiste pour le médiateur, à suivre et à connaître l'écho médiatique, la réputation voire le succès d'un reportage, d'un article, dont les rédactions de son média sont à l'origine.

En parallèle des boîtes mails dédiées à la médiation pour chacun des médias, d'autres supports permettent au public de s'adresser encore plus directement aux journalistes et fragilisent le rôle du médiateur.

¹⁶ Le contrat d'objectifs et de moyens (COM) vise à régir les relations entre France Télévisions et son actionnaire, l'État, en instaurant un lien entre les engagements du groupe en matière de contenus et de développement, et le financement auquel s'engage l'État pour leur réalisation. Il a notamment pour objet de définir, pour une durée de cinq ans, les orientations stratégiques du groupe. Des indicateurs précis sont associés à chaque objectif.

¹⁷ Extrait de l'interview de Daniel Cornu – (annexe 4)

Pour Jérôme Bouvier la mise en place de « la boîte aux lettres » numériques pour l'ensemble des questions des auditeurs de Radio France était destinée avant tout à la mise en relation des auditeurs et des rédactions. Cette médiation là au sens latéral avait tout son sens.

A partir du moment où chaque journaliste défend sa propre marque et qu'il considère qu'il est un acteur médiatique autonome avec son compte Tweeter ou Facebook, l'utilité du poste de médiateur peut devenir une vraie question. Puisque le dialogue est désormais en direct. On remarque que les journalistes qui jusque-là rechignaient à la tâche, commencent à répondre eux-mêmes via leurs réseaux sociaux.

Une posture qui n'est pas sans soulever de problèmes pour les journalistes alors en première ligne.

Jean-Marie Charon, sociologue des médias explique que la pratique a été testé notamment dès 2008 à « Rue 89 », un des premiers Pure Player¹⁸, qui avait institué que tout journaliste de sa rédaction devait suivre et répondre aux commentaires des internautes. Prêter attention à ce qui se dit sur leurs productions et répondre eux-mêmes, deux aspects qui posent problème dans cette inter relation directe entre les journalistes et leur public.

La virulence des propos peut être un handicap pour les journalistes qui ne sont pas forcément armés à l'égard des propos qui leurs sont portés. Autre aspect important à noter, cette activité peut devenir chronophage, alors que dans le même temps le journaliste doit continuer son travail de production.

Il convient de s'interroger sur l'expertise et l'expérience du médiateur qui retrouve alors tout son sens dans ce genre de situation.

A ce stade de notre réflexion il est important de s'arrêter sur le fondement même de l'activité de notre médiateur : l'expression des opinions et le ressenti d'un public face aux informations qui lui sont délivrées par un média. Quels sont les sujets qui font réagir le public et comment le téléspectateur s'adresse au médiateur ?

Après analyse succincte du contenu de notre corpus constitué par les rapports de Marie-Laure Augry et Nicolas Jacobs, on observe qu'un certain nombre de thèmes sont communs aux deux

¹⁸ Pure Player : médias en ligne, nés de la crise de la presse papier. De plus en plus de médias font le pari d'une présence exclusive sur le Net.

rapports. Les courriels reçus par les médiateurs abordent le plus souvent les gros sujets d'actualité.

Dans son rapport annuel 2017 Nicolas Jacobs traite de nombreux sujets qui ont cristallisé l'attention des téléspectateurs comme le suivi de la campagne de l'élection présidentielle qui a donné lieu à quelques critiques : « Comme les reproches habituels de soumission à tel ou tel parti politique, tantôt à droite, tantôt à gauche. L'affaire Fillon a donné le tempo de cette campagne présidentielle. Assez peu de critiques factuelles, en revanche beaucoup d'interpellations divergentes de la notion de la responsabilité citoyenne des médias. ¹⁹

« Notre débat démocratique est écrasé, pulvérisé, par le sujet des affaires. Vous concourez par vos choix rédactionnels à cet écrasement. Alors, s'il vous plaît, écoutez mon message de vieux spectateur : parlez-nous aussi du pays et des programmes, pour que nous puissions choisir. Votre responsabilité est à cet égard aussi forte que celle des candidats. Redevenez un acteur clé du débat démocratique (...). »

@André M.

Dans le rapport de France 2 on constate que les émissions politiques font régulièrement réagir. L'émission « Des paroles et des actes » devenue « L'Émission politique » a cristallisé les tensions politiques nées des campagnes présidentielles puis législatives. Schéma classique : les supporters de l'invité qualifient l'émission de guet-apens, les opposants la trouvent connivente. Entre les deux, peu d'avis « modérés ». Beaucoup de critiques s'appuient néanmoins sur des faits précis et posent des questions intéressantes.

À plusieurs reprises, des invités ont été présentés plus ou moins implicitement comme issus de la société civile. Sous-entendu sans engagement politique. Certains téléspectateurs, sans doute curieux, ont fouillé le passé numérique de ces femmes et hommes et ont découvert qu'ils n'étaient pas politiquement vierges. C'est ainsi qu'une restauratrice était présentée comme « tentée par le vote FN » alors qu'elle était déjà présente dans un documentaire de France 3 sur « les nouveaux électeurs FN » ; une professeure d'histoire-géographie opposée à Emmanuel Macron s'est révélée être membre du comité national pro-Fillon ; ou encore une historienne opposée à Jean-Luc Mélenchon avait voté « avec enthousiasme » pour Emmanuel Macron.

L'effet est calamiteux pour nombre de téléspectateurs.

¹⁹ Extraits du rapport 2017 du médiateur de France 2 concernant La campagne présidentielle de 2017- (Annexe n° 11) -p5

Les nouvelles pratiques liées à l'apport d'Internet et des réseaux sociaux suscitent attentes et interrogations. La responsabilité éditoriale est régulièrement évoquée, beaucoup de téléspectateurs insiste sur l'évolution des contenus des journaux télévisés.

« Recevoir une information est une chose, la traiter, la comprendre, la critiquer en est une autre. L'instantanéité de l'information est indispensable, mais pour moi elle implique aussi le décryptage, le recul. C'est ce que j'attends aujourd'hui d'un journal télévisé. Il se doit d'être une fenêtre sur le monde »²⁰

Les téléspectateurs mettent en cause les choix éditoriaux des journalistes, parmi les thèmes récurrents abordés, les téléspectateurs sont très sensibles à la hiérarchie de l'information.

Si quelques fois leur lecture personnelle n'est pas recevable, quelques rappels à l'ordre peuvent être salutaire comme lorsqu'un événement omniprésent fini par occulter tous les autres.

A l'occasion de la mort de Johnny Halliday, la critique c'est concentré non pas sur l'hommage rendu au chanteur mais sur les journaux du 6 décembre, jour de la mort du chanteur sur l'importance de la couverture sur l'antenne de France 2.

« Le monde s'est-il arrêté ? pas d'info nationale, internationale...dans le journal de 13h alors que des évènements politiques internationaux sont en cours » @Armelle B.²¹

Ce qui est frappant dans l'analyse des corpus réside dans la notion de service public qui reste une référence très forte, avec deux exigences systématiquement mise en avant : rigueur et impartialité.

Quatre exercices journalistiques sont salués, l'explication, le débat, le reportage et l'investigation. En référence pour France 2 a Envoyé spécial, l'œil du 20H et Cash investigation.

Avec une constante dans les courriels reçus à la médiation : c'est à la pratique de l'enquête que l'on peut mesurer l'indépendance d'un média.

« C'est la mission de service public de révéler ce qui fait tourner le monde, même lorsqu'il s'agit d'infamie (...) » @Anne L.²²

Autres critiques nombreuses du public sur la forme : la langue, l'orthographe, les erreurs de chiffres, de mesure et de localisation et autres imprécisions. Selon le rapport de Nicolas Jacobs, elles ont été plus nombreuses que jamais en 2017. Le médiateur se joint même à la voix des téléspectateurs pour dire que cela est inadmissible.

²⁰ Extrait du rapport 2017-2018 de la médiatrice de France 3 (Annexe 12) - p5

²¹ Extrait du rapport 2017 du médiateur de France 2 (Annexe 11) -p17

²² Extrait du rapport 2017 du médiateur de France 2 (Annexe 11) -p12

C) De quels outils dispose le médiateur et de quelle façon s'exprime le médiateur ?

Après avoir dépassé ce premier stade de l'étude basé sur les échanges entre le médiateur et son public, il semble désormais nécessaire de s'arrêter à l'analyse des moyens et outils à disposition du médiateur pour s'exprimer.

Ce qui fonde la crédibilité et l'efficacité du poste de médiateur est sa visibilité pour les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs comme pour la rédaction. La chronique ou l'émission régulière sont capitales. Non seulement cette visibilité rend accessible au public la médiation, mais elle donne aussi au titulaire un vrai statut « professionnel » dans la rédaction.

Jérôme Bouvier allait à la rencontre des rédactions de Radio France toutes les semaines. Des échanges avec les journalistes et les rédacteurs en chef, un exercice pas toujours facile. « Il faut faire part des interpellations des auditeurs sans passer pour un donneur de leçon »²³. Avoir un rôle hiérarchique libre de paroles et de jugement pour rendre compte aux rédactions d'un emballement médiatique inconsidéré, en débattre collectivement et entretenir une réflexion. Le médiateur exerce alors son rôle de garant des certaines exigences en matière éthique et déontologique.

La fréquence de l'intervention publique du médiateur est essentielle : plus elle est rapprochée, plus l'interactivité avec le public se renforce.

En 14 ans, Marie-Laure Augry, a consacré pas moins de 120 émissions à la médiation avec le magazine « Votre Télé et vous » offrant l'opportunité aux téléspectateurs de réagir sur des sujets d'actualité ou des phénomènes de société et d'échanger avec des experts et des journalistes. L'émission était mensuelle et diffusée initialement le samedi matin à 10 heures.

Aujourd'hui reprise par son successeur à la médiation Nicolas Jacobs. L'émission dure de 35 à 45 minutes sur France 3, une fois par mois, elle est diffusée après minuit.

L'horaire de diffusion qui n'est pas un problème pour notre médiatrice qui met en avant le visionnage rendu possible en différé via les replays ou encore sur le site Internet de « Votre télé et vous ».

Une émission avec des téléspectateurs en plateau, des journalistes de France Télévisions et d'autres médias, des rédacteurs en chef et des analystes pour apporter des réponses ou des

²³ Extrait de l'interview de Jérôme Bouvier – (annexe 5)

éclairages suite aux courriels sur une thématique qui traite les sujets les plus couramment abordés dans les courriels reçus depuis les 3 à 4 semaines précédentes.

Pour compléter ce dispositif, Nicolas Jacobs dispose mensuellement d'un module de 6 minutes sur France Info. Dans son arsenal 2.0 le médiateur possède également un compte Facebook et dispose d'un blog. Il publie des newsletters et des lettres²⁴.

Comme indiqué dans la charte des antennes à France télévisions²⁵, outre leurs interventions sur les antennes, les médiateurs peuvent faire connaître leur action sur le site internet et les services télématiques. En interne, ils font une synthèse régulière des observations des téléspectateurs à l'intention des personnels. Par ailleurs, ils peuvent communiquer leur action sur le canal de télévision interne. Les médiateurs disposent donc de l'infrastructure nécessaire à l'exercice de leur fonction. Alors que pour beaucoup de ses confrères la médiation de l'info se résume à une seule personne, Nicolas Jacobs est entouré de 3 collaboratrices.

L'existence de ces rendez-vous est déjà, en soi, la reconnaissance de l'importance accordée par le média aux critiques de son public. Il n'est plus considéré comme passif. Les chroniques sont lues, les émissions regardées. Ce qui les distingue le plus les unes des autres est la netteté du propos du médiateur par rapport à ces critiques, parfois vives, du public et sa faculté, au-delà des explications techniques ou de politique éditoriale, à accepter la mise en cause du travail des journalistes.

Dans le même ordre d'idée, Jérôme Bouvier avait quand il était médiateur à Radio France deux émissions dédiées à la médiation, l'une sur France Inter l'autre sur France Culture avec « Le rendez-vous du médiateur ».

Donner l'accès à l'antenne aux auditeurs est un aspect déterminant. Cela représente un acte majeur de dialogue.

Il a été un précurseur en créant son site « espace public », un nom qui résonne pour lui avec « place publique ».

A cet instant, pour lui Internet n'était pas un média, mais un espace public où passaient des millions de personnes, un espace numérique où se rencontraient des gens mais ce n'était pas un média.

²⁴ Lettres du médiateurs et Newsletters- Annexes p 20 à 39 du rapport annuel 2007 du médiateur de l'information de France 2 – (Annexe 11)

²⁵ Extrait de la Charte des antennes de France télévisions- page 41- Rapport annuel du médiateur de l'information de France2 pour l'année 2017 - (Annexe 11)

Les médiateurs de France Télévisions rendent compte de leur activité par un bilan annuel²⁶. Leur contenu est élaboré à partir d'une sélection des thèmes les plus récurrents abordés par les téléspectateurs.

S'il veut exister le médiateur doit être visible pour le public et être doté d'outils et de moyens suffisants. Le médiateur doit rendre compte de ses échanges et faire vivre le dialogue en interne comme en externe.

III La médiation peut-elle exister hors les médiateurs ?

D'autres personnes ou organismes pourraient remplacer le médiateur comme le Community manager.

A) Le community manager²⁷ comme médiateur

Le paysage médiatique s'est profondément transformé ces dix dernières années. Avec la multiplication des supports et l'impact d'Internet, les rédactions se sont repositionnées dans la hiérarchie de la diffusion avec le « digital first ²⁸».

Il faut alors donner à manger à la bête toute la journée et le breaking news²⁹ s'est imposé comme modèle de production de l'info.

Le suivi de l'actualité en temps réel est devenu un réflexe naturel pour le public avec une consommation de l'info en mobilité sur son smartphone.

L'intérêt premier pour le média devient alors de promouvoir sa marque pour s'identifier comme le premier à donner le scoop et donc fidéliser des followers³⁰

Pour hiérarchiser et niveler cette nouvelle donne on fait appel au community manager.

²⁶ Annexes (11 et 12) Rapports annuels 2017, Marie-Laure Augry pour France 3 et Nicolas Jacobs pour France 2

²⁷ Le community manager ou CM est l'individu en charge du développement et de la gestion de la présence d'une marque ou organisation sur les réseaux sociaux et autres espaces communautaires contrôlés ou non par la marque. Il est souvent considéré comme le garant de la réputation et de l'engagement à l'égard de la marque sur les réseaux sociaux, mais peut également avoir un rôle plus promotionnel à travers la mise en place d'animations et jeux concours divers.

²⁸ « digital first » donner la priorité à l'information dans sa version numérique

²⁹ breaking news : on pourrait traduire par "Flash info" ou "Scoop" "Exclusivité"

³⁰ Le terme "follower" peut être traduit par suiveur ou disciple. Le follower désigne l'internaute abonné au profil d'une personnalité ou d'une marque. On retrouve ce vocable notamment sur les réseaux sociaux Twitter et Instagram à la différence de Facebook ou LinkedIn dont les réseaux sont constitués respectivement d'amis et de contacts

Les compétences du community manager sont multiples : de la gestion d'informations sur le net (la veille) à la création d'images pour les réseaux sociaux, il déploie ses nombreux atouts.

Une de ses activités consiste à La veille qui a une double fonction : informationnelle et stratégique, dite « d'e-réputation », elle permet de surveiller les concurrents et les évolutions du marché.

Le community manager, s'intéresse davantage à « ce qui est dit » sur la toile, d'où l'expression « l'e-réputation » dans le média qui l'emploi ;

Il surveille ce qui se dit de sa marque également, et créé pour cela des systèmes de notifications.

Pour être efficace, il délimite le champ de son secteur par des mots-clés, ainsi que les termes les plus couramment utilisés dans le jargon de l'activité professionnelle concernée.

On constate que l'apparition des chaînes tout info et des réseaux sociaux a profondément bousculé les pratiques des journalistes et par un effet de cascade, la médiation.

C'est de plus en plus les community managers qui servent de médiateurs dans certains médias. Ce sont eux – ou les rubriques type Décodeurs au Journal Le Monde ou LibéDésintox à Libération– qui, sur les réseaux sociaux, répondent, argumentent, expliquent.

Dans un contexte économique contraint pour les médias, il est sans doute plus difficile aujourd'hui de persuader un éditeur d'avoir un médiateur dans un organe de presse qui n'en a pas. Il peut penser que les réseaux sociaux joueront ce rôle.

Le New York Times a fait le choix radical en 2017 de supprimer ce poste, avec pour argument que ses lecteurs sur internet et sur les réseaux sociaux se sont rassemblés pour servir collectivement de chien de garde modernes, plus vigilants et plus énergiques qu'une seule personne ne pourrait jamais l'être. Mettant en avant la responsabilité de les habiller et de les écouter, plutôt que de canaliser leur voix par le biais d'un bureau unique.

Au regard de ces nouvelles pratiques, on peut se demander si le poste de médiateur ne risque pas de disparaître au profit du community management.

En France, dans certains médias, notamment au Figaro, les équipes de social media management assument, dans les faits, certaines missions qui reviendraient normalement à un médiateur, même si ce n'est pas revendiqué ou même réfléchi. Faisant le lien entre les internautes et les journalistes, Les membres du service, en plus de leur activité de publication sur les réseaux sociaux, recueillent les réactions des lecteurs et, de temps à autre, les compilent dans des articles regroupés sous la dénomination « votre avis ».

Au travers des différentes interviews que nous avons menés on peut voir que les avis sont partagés entre espoir et fatalité.

Pour Marie-Laure Augry, il ne faut pas confondre médiation et gestion des réseaux sociaux. Ce sont deux choses complètement différentes. Les réseaux sociaux sont un indicateur mais ne remplace en aucun cas, une fonction de médiation.

« Je suis d'accord avec eux sur le fait qu'il est important d'expliquer aux lecteurs pourquoi on fait les choses, quelles difficultés on peut rencontrer, ça c'est extrêmement important, mais ce n'est pas la même chose que la médiation »³¹.

Pour Jérôme Bouvier, considérer que l'auditeur par nature à raison est quelque chose qui mérite d'être discuté, illustrant son propos à travers l'exemple des espaces de dialogues qu'il qualifie « d'égos à ciel ouvert ». Ces espaces de dialogues doivent alors être régulés et filtrés.

La médiation devient de fait une nécessité, plus que jamais à l'heure de la cacophonie du dialogue des réseaux sociaux où les mêmes sujets sont traités, relayés et commentés, focalisant un thème jusqu'à l'hystérie, jusqu'à ce qu'un autre thème ne vienne le remplacer.

Dans cet ordre d'idée Nicolas Jacobs incite ses responsables à une lecture plus prudente des réseaux sociaux.

Ce qui s'y dit est souvent très différent des messages reçus par le médiateur sur un même sujet. Prenons l'exemple d'Anne-Sophie Lapix qui dans un lancement de sujet du 20h au début de la Coupe du Monde parle des « joueurs milliardaires », sur les réseaux sociaux la réaction a été explosive « scandaleux, de quoi elle se mêle ». Sans en parler au médiateur, la direction a demandé à Anne-Sophie Lapix de faire des excuses. En parallèle Nicolas Jacobs recevait des courriels de félicitations pour les propos tenus par la journaliste. A l'évidence, ces derniers émanaient du public de la chaîne. Selon le médiateur, c'est une erreur d'avoir fait des excuses. Nicolas Jacobs « Sur le nombre de ces inflammations, on se rend compte que se sont 200 à 400 personnes qui arrivent à faire croire que toute la blogosphère est en flamme »

Plus prudent, Patrick Eveno pense que les choses vont évoluer, mais impossible de prédire de quelle façon : « les réseaux sociaux ne rendent pas caduque la position du médiateur, pour l'instant ils sont complémentaires, ils ont peut-être encore un peu de temps avant de voir leur situation disparaître. Mais pour l'instant effectivement ça pose un problème pour le rôle du médiateur, c'est sûr. »

³¹ Extrait de l'interview de Marie-Laure Augry – (annexe 6)

B) Des organismes indépendants qui observent (Observatoire de la déontologie de l'information)

Tandis que le Conseil supérieur de l'audiovisuel traite, dans son domaine d'intervention, de la déontologie de l'information à travers, notamment, l'activité de son groupe de travail « déontologie des contenus audiovisuels » ; faisant suite à des saisines du public et d'associations ou, plus rarement, à des auto saisines, il intervient ainsi régulièrement auprès des chaînes, et peut prononcer des mises en demeure et des sanctions.

Au-delà du caractère parfois indistinct des frontières du droit et de la déontologie, reste en tout cas le sentiment d'une absence d'homogénéité entre les différentes entreprises d'information selon qu'elles soient privées ou publiques.

Peut-être la sévérité de ce constat relève-t-elle d'une approche formelle, plus que substantielle ; car, en réalité, la déontologie de l'information existe certainement, mais à un stade encore désincarné, sans instance véritable ni référence textuelle uniforme. La grande diversité des pratiques et des réalités professionnelles qui peuvent être observées dans le domaine des médias explique probablement, au moins partiellement, cette situation.

En marge de cette institution, on trouve des structures qui ont décidé de faire le pas de côté comme l'Observatoire de la Déontologie de l'Information (ODI).

L'observatoire de la déontologie et de l'information (ODI) a été créé en septembre 2012 sous forme d'une association loi 1901 et présentée officiellement lors des Assises Internationales du journalisme à Poitiers en octobre 2012. Son conseil d'administration réunit des personnes morales et physiques (journalistes, experts, etc). Patrick Eveno, professeur des universités en est le Président.

Selon ses statuts L'ODI se fixe pour mission de contribuer, par ses réflexions, ses travaux et la communication de ceux-ci, à la prise de conscience de l'importance de la déontologie dans la collecte, la mise en forme et la diffusion de l'information au public.

Il entend ainsi recenser de bonnes pratiques déontologiques mais également les formes possibles de dérives, en essayant d'analyser les tendances et les causes de celles-ci.

Dans cet ordre d'idée, son activité concerne tous les médias d'information (presse, radio, télévision, internet – dont les blogs hébergés par les entreprises de presse et repose sur des

groupes de travail réunissant des représentants de syndicats de journalistes et d'employeurs, des Associations représentant le public ainsi que des médiateurs³², chercheurs et juristes.

Le traitement analytique et la réflexion collective s'organisent en 5 groupes de travail :

- Groupe 1 : Exactitude et véracité de l'information
- Groupe 2 : Conditions de production de l'information, conflits d'intérêts collectifs et individuels
- Groupe 3 : Respect des personnes
- Groupe 4 : Rapports avec les sources, info et communication, info et publicité
- Groupe 5 : Initiatives positives

Les travaux de l'ODI font l'objet d'un rapport annuel rendu public.

Dans son rapport 2018, « Pour une information libre et responsable », il propose une véritable réflexion sur les pratiques journalistiques, mais aussi les difficultés face aux fausses informations et aux hommes politiques.

Cet observatoire n'hésite pas à pointer les attentes des Français qui placent les journalistes devant une responsabilité accrue en termes de décryptage et d'investigation. Dans le même ordre d'idée l'organisme met en avant que l'exigence de rigueur ne peut céder devant la course à l'audience ; le respect de la vie privée reste une question préoccupante et dans un écosystème en recomposition, les médias d'information sont en première ligne dans la lutte contre les manipulations et contre la propagation des « fake news ». La veille déontologique de l'ODI durant 2017, année électorale où le rôle des médias a parfois été questionné, illustre ces tendances.

Pour Patrick Eveno, le médiateur travaille seul dans son média, et à l'heure où la réflexion sur l'éditorial, le rédactionnel et la déontologie doivent être renforcés, le Président de l'ODI va jusqu'à prôner un conseil de presse fondé sur la réunion de l'ensemble des médias et donc un « super médiateur ».

Pour Nicolas Jacobs, l'ODI (dont il est membre) relève les erreurs mais ne dénonce pas les responsables, l'activité qui s'y rapporte est encore trop floue et n'est pas toujours d'une grande utilité si ce n'est de préfigurer ce que pourrait devenir un Conseil de Presse.

³² Plusieurs des médiateurs du Cercle des médiateurs de presse sont membre de l'ODI

C) L'évocation d'un conseil de presse

A ce stade de notre étude nous allons aborder un sujet qui est apparu sensible lors de nos entretiens : l'évocation d'un Conseil de Presse, comme instance d'autorégulation de l'information.

En France certains voulaient aller plus loin, réclamant à l'assemblée nationale une intervention des politiques sur les questions de déontologie.

Protectrice ou liberticide ? L'Assemblée Nationale a voté dans la nuit du 9 au 10 octobre 2018 en nouvelle lecture les propositions de loi controversées contre « la manipulation de l'information » en période électorale pour éviter la propagation des « infox »³³

"le premier rempart contre la désinformation et la manipulation de l'information restent les médias et les journalistes", a souligné Françoise Nyssen en annonçant le lancement d'une mission en vue de la création d'un "conseil de déontologie de la presse", confiée à l'ex-PDG de l'AFP Emmanuel Hoog.

Au cours de nos recherches et de nos interviews nous avons constaté que ce projet n'était pas nouveau, mais plutôt un vieux serpent de mer qui refaisait régulièrement surface.

De nombreuses réflexions et des projets ont été menés depuis longtemps sur la préfiguration d'un conseil de presse.

Comme le rapport demandé par la ministre de la culture, Aurélie Filipetti, concernant l'autorégulation des médias en France, remis en février 2014, par la magistrate Marie Sirinelli, qui souligne à cet égard qu'à l'heure où le secteur de la presse est marqué par de multiples bouleversements, il n'est pas étonnant que « *se dessine assez nettement la place croissante faite aux questions déontologiques concernant les médias d'information, y compris au sein même de ceux-ci. Assises, chartes, observatoires, constituent autant d'éléments qui se développent aujourd'hui pour tenter de se saisir et d'organiser cette réflexion* ». ³⁴

³³ infox : Proposition de la commission d'enrichissement de la langue française comme équivalent francophone de *fake news* : Mot-valise composé de info et intox

³⁴ Extrait du rapport de la magistrate Marie Sirinelli sur l'autorégulation des médias remis à Aurélie Filipetti, ministre de la culture, en février 2014

A ce stade de notre réflexion, il nous paraît possible d'envisager qu'un conseil de presse pourrait ainsi se substituer ou compléter le rôle du médiateur.

Pour ML Augry, un conseil de presse, « c'est une fonction importante mais ce n'est pas parce qu'il y aurait un conseil de presse en France qu'il ne devrait plus y avoir de médiateurs »³⁵.

La médiation trouve alors tout son rôle en tant que filtre pour éviter si possible les plaintes devant le conseil de presse.

Ce sont deux choses différentes même si cette instance qui veille à l'éthique et à la déontologie s'inscrit dans la même démarche que la médiation.

A contrario de nombreux pays européens se sont dotés depuis longtemps de Conseil de presse ou Conseil de déontologie journalistique, comme en Belgique c'est un Conseil de déontologie journalistique (CDJ)³⁶ a vu le jour en 2009 suite à la diffusion par la RTBF d'un faux JT en 2006, Bye Bye Belgium, qui faisait croire à la déclaration d'indépendance de la Flandre. Cette édition spéciale, complètement fautive, a provoqué un vrai débat en Belgique. Il a encore fallu trois ans de discussion après ce « big bang » pour faire émerger ce Conseil de déontologie journalistique.

On relève lors de nos interviews, que ce conseil Belge est cité comme une référence par tous nos interlocuteurs pour son efficacité. Il provoque des rencontres, de vraies médiations mais ne sanctionne pas.

En Suisse, il existe un conseil de presse depuis la fin des années 70. Ce conseil a pour principe également de ne pas apposer de sanctions mais de prendre position et reconnaître si le code déontologie, la convention des droits et devoir des journalistes et leurs directives ont été violées.

En définitif pour Daniel Cornu, qui a occupé la vice-présidence (1996-2003) du Conseil suisse de la presse ; la sanction n'est pas une fin en soi. Pour le journaliste s'il était désavoué par le

³⁵ Extrait de l'interview de Marie-Laure Augry – (annexe 6)

³⁶ CDJ Belge: Le Conseil de Déontologie Journalistique est composé de journalistes, de rédacteurs en chef, patrons de presse et personnalités représentatives des téléspectateurs.

conseil de presse « serait aussi embêtant qu'une sanction à porter comme décoration de guerre »³⁷.

Pour Patrick Eveno, un Conseil de ce type ne saurait être piloté par les pouvoirs politiques, même s'ils peuvent en être les instigateurs en créant les conditions de sa mise en place. Un tel Conseil doit regrouper, sur la base du volontariat, les journalistes, à travers leurs syndicats et associations, les entreprises de médias d'information, quel que soit leur support, et des représentants du public. Les pouvoirs publics pourraient donc inciter médias et journalistes à rejoindre une telle instance, notamment en conditionnant certaines aides à l'adhésion au Conseil de déontologie ou en insérant dans les conventions passées avec les entreprises audiovisuelles l'obligation d'adhérer à ce Conseil.

Ce temps de réformes, si elles sont bien menées avec une vision globale, doit permettre de retrouver des marges de manœuvre à l'égard des GAFAs³⁸, de rénover le rapport des Français à l'information en sécurisant la confiance et de renforcer les médias tout en améliorant leur régulation. En bref, de restaurer la fonction des médias comme tiers de confiance dans la société démocratique.

A cette position s'oppose celle du sociologue Jean-Marie Charon, pour qui la profession n'a pas besoins de juges de la profession mais plutôt de procédures de type pédagogiques où les uns et les autres prennent la mesure des arguments du public et où le public reçoit l'explication du travail du journaliste.

³⁷ Extrait de l'interview de Daniel Cornu – (annexe 4)

³⁸ L'acronyme GAFAs désigne quatre des entreprises les plus puissantes du monde de l'internet à savoir : Google, Apple, Facebook et Amazon.

CONCLUSION :

Le futur du médiateur semble donc bien incertain. « Il n'y a pas d'obligation d'avoir des médiateurs » explique Patrick Eveno. Dans l'audiovisuel, on observe une scission nette entre le public et le privé parce que le service public s'est senti obligé de le faire pour répondre aux différentes critiques qu'on lui adresse, car ils sont sous tutelle du CSA, du gouvernement, etc. « Quant au privé, je crois que ce n'est pas leur problématique. C'est un poste qui coûte cher, ils estiment que ce sont les publicitaires qui font la médiation puisque lorsqu'ils retirent leur pub, ça veut dire que le public n'est pas content»³⁹ En mai 2017, Cyril Hanouna avait présenté ses excuses à la suite d'un canular homophobe... après avoir été lâché par de nombreux annonceurs. On pourrait parler ici d'une médiation par le portefeuille, même s'il serait plus juste de parler de sanction économique motivée par la volonté des marques de préserver leur image. Pas sûr qu'il s'agisse de l'alternative la plus désirable pour le futur de la médiation entre les médias et leurs publics.

Trouver du sens à la médiation, même si les rapports de force entre les médias et le public a changé.

En définitif si à l'origine le médiateur était une sorte d'avocat et porte-paroles des lecteurs auprès des rédactions, il devient aujourd'hui le défenseur des médias et des journalistes face aux innombrables procureurs qui s'attaquent à la presse sur les blogs, les réseaux sociaux et dans les forums attachés aux émissions.

Si le futur du médiateur peut sembler incertain ; pour continuer à exister il doit se réinventer et proposer une relation renouvelée au public.

Le médiateur a un rôle primordial à jouer, il doit renouer la confiance avec le public, « ouvrir la boîte noire des pratiques rédactionnelles pour associer le public autrement que par le simple enregistrement de ses comportements de consommateur. »⁴⁰ selon Daniel Cornu.

Dans un climat de défiance, on peut alors imaginer que la médiation s'inscrive comme une garantie de crédibilité.

³⁹ Extrait de l'interview de Patrick Eveno – (annexe 3)

⁴⁰ Extrait de l'interview de Daniel Cornu – (annexe 4)

Le médiateur de l'info de France télévision en fait sa plaidoirie, pensant même que c'est un argument de marketing, avec un effet d'affichage vraiment intéressant.

Sur le « cancer de fond » qu'est la défiance il évoque un effet curatif extraordinaire.

Cette impression est confirmée, quand dans les courriels reçus parfois durs pouvant même aller jusqu'à l'injure : « vous êtes des nuls », l'échange devient constructif quand le médiateur répond et explique. Dans certains cas cela peut parfois aller jusqu'aux excuses « excusez-moi c'était à chaud ».

A l'heure ou le dialogue avec les publics est multiforme, protéiforme, a-t-il encore un sens via un médiateur ?

Pour Jérôme bouvier, le poste de médiateur reste indispensable « ces dialogues multiformes ne font pas un dialogue ».⁴¹

Cet espace de dialogue gigantesque doit être régulé, filtré. Ce sentiment est encore plus significatif à l'heure de la cacophonie des réseaux sociaux et des hystéries que l'on y trouve.

Les difficultés économiques que connaissent les médias actuellement ne sont pas étrangères aux débats en cours. « La fonction de médiateur n'est pas en voie d'expansion en raison de la conjoncture, rappelle Marie-Laure Augry. Si l'on se réfère aux USA, un certain nombre de postes ont été supprimés. Les patrons de presse auraient intérêt au contraire à maintenir et à développer la place de médiateur, pas forcément à temps plein, d'ailleurs. Il y a plein de formules qui peuvent exister. Mais il faut que cette instance-là existe. Elle est importante et je dirais presque encore plus importante dans le contexte d'Internet, des réseaux sociaux, à condition d'être en effet des outils d'échange et de réflexion sur le traitement de l'actualité, pas d'être des juges de paix ».⁴²

Pour abonder cet argument, l'arrivée d'Emmanuelle Daviet au poste de médiateur des antennes de radio France en septembre dernier peut être interprété comme un signe fort.

⁴¹ Extrait de l'interview de Jérôme Bouvier – (annexe 5)

⁴² Extrait de l'interview de Marie-Laure Augry – (annexe 6)

On remarquera que son profil est intéressant puisqu'au paravent elle s'occupait de l'éducation aux médias pour France Inter. Dans le cadre du dispositif « **InterClass'** »⁴³ elle propose de faire découvrir aux jeunes publics les coulisses de l'information et la lutte contre les fake news.

En conclusion, ce que l'on on peut dire c'est que la nature du rôle du médiateur a changé. Le dialogue non maîtrisé qui s'établit entre les producteurs d'informations et les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs n'est pas forcément un dialogue de qualité. Qui va filtrer, hiérarchiser les messages, les mettre en exergue et les faire valoir, sinon le médiateur. Gérer ce dialogue permanent avant qu'il ne devienne plus qu'un grand défouloir, et cela ne s'appelle alors plus du dialogue mais du buzz !

« Le médiateur c'est un passeur, quelqu'un qui amène à s'interroger, à réfléchir et à faire évoluer le traitement de l'info ». Ce qui implique que la médiation doit s'inscrire dans l'écoute, la réflexion, le partage et non pas le jugement abrupt et à priori. »⁴⁴ ML Augry

C'est là tout le défi qui attend le médiateur qui devra se remettre en cause et montrer au public que les médias sont ouverts à la critique et aux évolutions pour garder la confiance.

⁴³ InterClass', dispositif inédit d'éducation aux médias, couronné par le 1er Prix d'Education aux Médias et à l'Information aux Assises du journalisme en 2016 et par le 1er Prix CB News 2016 dans la catégorie meilleure déclinaison de marque média.

⁴⁴ Extrait de l'interview de Marie-Laure Augry – (annexe 6)

Bibliographie :

AGNES, Yves - « *Les cahiers du journalisme n°18- Les médiateurs de presse en France* » - 2008

AUBERT, Aurélie - « *La société civile et ses médias, Quand le Public prend la parole* » - Paris, Ed. Le Bord de l'eau, coll. INA, 2009, 288p.

BERTRAND, Claude-Jean - « *L'Arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M.A.R.S* » – Economica – 1999

CHARON, Jean-Marie- « *Les journalistes et leurs publics : le grand malentendu* » Vuibert-2007

CORNU, Daniel - « *Médias mode d'emploi : Le journaliste face à son public* » - Genève Editions Labor Fides-2008

CORNU, Daniel – « *Les journalistes et l'Europe- extrait n°9 Collection Médias, sociétés et relations internationales* » - Bruylant Bruxelles 2009

ANNEXES

Table des matières :

Annexe 1 : Retranscription de l'entretien avec Nicolas Jacobs, médiateur de l'information à France Télévisions (France2, France3, France Info)

Annexe 2 : Retranscription de l'entretien avec Jean-Marie Charon, sociologue des médias, Administrateur de l'IDIES (institut de développement de l'information économique et sociale, Membre de l'observatoire sur l'éducation aux médias du CSA.

Annexe 3 : Retranscription de l'entretien avec Patrick Eveno, Président de l'ODI (Observatoire de la Déontologie de l'Information)

Annexe 4 : Retranscription de l'entretien avec Daniel Cornu, médiateur à la Tribune de Genève, 24 heures et Le Matin (groupe Tamédia)

Annexe 5 : Retranscription de l'entretien avec Jérôme Bouvier, ancien médiateur de radio France de 2009 à 2014, Fondateur des assises du journalisme. Président de l'association "Journalisme et Citoyenneté"

Annexe 6 : Retranscription de l'entretien avec Marie-Laure Augry, ancienne médiatrice de l'information de France 3

Annexe 7 : Charte de Munich 1971

Annexe 8 : Membres du Club des médiateurs de presse

Annexe 9 : Lettre de Jérôme Bouvier

Annexe 10 : Graphique- Les évolutions de l'enseignement supérieur depuis 50 ans

Annexe 11 : Rapport 2017 du médiateur de l'information France 2 : Nicolas Jacobs

<https://clubdesmediateurs.fr/wp-content/uploads/2018/06/rapport-2017-mediateur-info-france-2.pdf>

Annexe 12 : Rapport 2017-2018 du médiateur de l'information France 3 : Marie-Laure Augry

<http://www.odi.media/wp-content/uploads/2018/04/Rapport-Marie-Laure-Augry-2018.pdf>

Annexe 1 : Retranscription de l'entretien avec Nicolas Jacobs, médiateur de l'information à France Télévisions

Aujourd'hui en quoi consiste votre rôle de médiateur de l'information à France Télévisions ?

Je suis l'Interface entre les spectateurs et la rédaction ; si j'estime que ce qu'ils disent peut intéresser d'une façon ou d'une autre avec un degré d'urgence plus ou moins marqué la rédaction, alors je me tourne directement vers la rédaction et vers les gens concernés.

Je ne fais pas partie de la rédaction pas de lien hiérarchique avec les rédactions en chef, mon seul patron c'est la présidente de FTV

Pensez-vous que ce rôle de médiateur de l'information est indispensable à FTV ?

Oui j'ai la faiblesse de penser que oui. La médiation est une source d'information importante qui permet de connaître assez finement les gens qui nous suivent. C'est une façon pour la rédaction et la chaîne de s'améliorer, c'est aussi un signal extrêmement fort donné au téléspectateur pour leur dire que l'on est conscient de ce qu'ils disent ; qu'on les écoute, que l'on tient compte de leurs remarques et qu'eux aussi peuvent dire des choses.

Avez-vous constaté une montée en puissance de la réaction des téléspectateurs et surtout sur les objets de leurs propos ?

Il y a des évolutions, un sens critique qui se développe. Grand changement avec l'arrivée d'Internet comme source d'information pour le téléspectateur ; Il fut un temps où les gens s'adressaient à nous par courrier, vu la lenteur et la forme, les propos étaient très réfléchis et assez analytique. Les gens ne se contentaient pas une critique mais essayaient de proposer des mesures pour que les choses évoluent de façon correcte.

Avec Internet on a vu arriver de plus en plus et presque essentiellement des réactions épidermiques. A la lettre de 1 ou 2 pages, c'est substitué un courriel de 3 ou 4 lignes, voire 1 ligne. C'est vraiment la réaction à chaud, sur le moment sans réflexion derrière.

Quels sont vos outils ?

Les réponses individualisées représentent une bonne part de mon activité, je réponds aux téléspectateurs quand leur courriel appelle des réponses. Ce qui n'est pas toujours le cas.

Les 2/3 des courriels n'appellent pas de réponse particulière ; les gens expriment un avis mais n'attendent de retour.

Il y a une façon plus globale pour leur répondre ; j'ai 2 émissions : un module du Médiateur sur France info (durée entre 4 à 6 mn), (fréquence mensuelle) où je traite les sujets le plus couramment abordés dans les courriels depuis les 3 ou 4 semaines précédentes.

Et aussi une émission qui fait entre 35 et 45 minutes sur France 3 : « Votre Télé et Vous » (mensuelle), émission plus construite avec en plateau des téléspectateurs, je cite des courriels que j'ai reçu et sur le plateau il y a aussi des journalistes, des rédacteurs en chef et des analystes pour apporter des réponses ou des éclairages aux gens.

Parmi les journalistes qui participent à l'émission il y a des journalistes de France Télévisions et/ou extérieurs selon les thèmes.

La présence d'un ou 2 journalistes de FTV est une obligation car on traite de sujets qui ont servis à nos téléspectateurs à nous interpeller. Les thèmes sont souvent généraux mais ils sont traités à travers le prisme France Télévisions.

Que représente l'engagement de FTV dans la médiation ?

Cela fait partie de la charte des antennes de FTV, ça répond à une obligation de notre cahier des charges. L'obligation c'est l'existence de médiateurs et il est dit aussi que les médiateurs ont les moyens aussi de s'exprimer sur les antennes.

Exercez-vous votre rôle dans les meilleures conditions dans votre entreprise ?

Non il n'y a jamais assez de moyens, tout dépend aussi des directions, des présidences. Remy Pflimlin accordait une très grande importance à la médiation, les choses se faisaient un peu plus facilement qu'avec la présidence actuelle qui est attentive mais sans plus.

Dans un climat de défiance, la médiation n'est -elle pas garante de crédibilité ?

C'est ma plaidoirie, c'est même un argument marketing, je le dis à la présidente, il y a un effet d'affichage qui est vraiment intéressant.

Sur ce cancer de fond qu'est la défiance cela a un effet curatif extraordinaire. Je le vois quand je reçois un courriel pas loin de injures, très dur « vous êtes des nuls » Quand je réponds et que j'explique, en général je reçois un courriel me remerciant d'avoir répondu et surtout un courriel d'excuses « excusez-moi c'était à chaud ».

Le public est-il plus exigeant pour le service public que pour les autres médias ?

Certainement, le service public d'une façon ou d'une autre appartient à tous, c'est profondément ressenti par les gens. Ne serais ce que par la redevance. Cela induit une relation très particulière avec les spectateurs et le service public ; les téléspectateurs ne se conduisent pas uniquement comme des consommateurs.

Quand j'en discute avec ma consœur de TF1 on ne reçoit pas du tout le même genre de courriels. Elle reçoit des courriels plus distants, on ne lui dit pas « c'est ma chaîne, vous n'avez pas le droit de faire ça », ce qui est le sous-entendu quasiment d'un courriel sur deux pour moi.

Cet emploi est-il considéré comme un poste de luxe ? on s'en tient au cahier des charges, mais n'y a-t-il pas une suspicion par rapport à l'utilité de ce poste ?

Je ne crois pas, l'utilité est bien encrée maintenant dans les esprits. Je me fais l'interprète des différents présidents : « Est-ce que ça vaut le coût d'y mettre beaucoup d'argent ? », le débat est là. Et quelle place on donne au médiateur ?

J'ai une place relativement importante parce que on m'écoute, je fais aussi un rapport annuel, qui est lu et attendu.

Cela pourrait peut-être aller plus loin, à Radio France, Matthieu Gallet considérait que c'était stratégique. Il donnait au médiateur vraiment les moyens de se faire entendre de façon optimum dans l'entreprise. Le médiateur était présent lors des conseils stratégiques de l'entreprise. *Ce qui n'est pas le cas pour moi à FTV.*

De quels moyens disposez-vous ?

J'ai un budget et des collaborateurs, 2 assistantes (relations téléspectateurs et productrices pour les émissions) + 1 assistante secrétaire à mi-temps

Je lis tous les courriels, beaucoup sur la coupe du monde, sinon 10 à 15 par jour. On était à 20 000 courriels par an, mais on est en baisse je pense.

Pouvez-vous nous citer des événements marquants dans les échanges ?

Il y a des marqueurs de tendances, quand assistait aux présentations d'études faites à l'extérieur, nous l'avions déjà senti, écrit avec Marie-Laure Augry ; on est à l'avant-poste des tendances.

A propos du jour de la victoire et le retour de l'équipe de France de la coupe du monde (couvert quasiment non-stop pendant 2 jours) le courrier est quasi intégralement négatif. Les gens considèrent que ce n'est la mission de France 2 qu'il y a des chaînes d'info pour cela ; et qu'on a pas à monopoliser 6 ou 7 heures d'antenne pour couvrir cela.

Relativement intéressant, les gens disent on ne regarde pas France 2 pour avoir des immersions totales dans des événements, c'est pour avoir un ensemble de l'actualité.

Certains écrivent « Alors comme ça lundi il ne s'est rien passé dans le monde ? »

En termes de médiation, que représente l'activité pour la chaîne d'information en continue « France Info » ? Entrez dans une autre ligne éditoriale. Comment réagissent les téléspectateurs ?

Ils réagissent beaucoup moins, sur ces chaînes infos, il a assez peu de mémoire. Les gens ne s'arrêtent pas sur l'info, ils la prennent, la digèrent, s'ils tiquent sur une info ils vont attendre le flash suivant et ne vont pas prendre la peine d'écrire au médiateur.

Les courriels pour la chaîne info sont plus que marginal, on reste sur les chaînes historiques.

Quel est le profil type du téléspectateur qui vous écrit ?

Ils sont assez âgés, ce qui correspond à notre public, depuis quelques mois je vois arriver des gens plus jeunes qui ont un profil très militant.

Les gens brutaux, les choses trop modernes ils n'aiment pas.

Sur des événements chauds, comme les attentats quel a été votre rôle ?

Mon rôle a été de prévenir la rédaction, heure par heure. Dès que je voyais quelque chose qui pouvait intéresser la rédaction je leur transmettais immédiatement. Pas le courriel mais mon analyse ;

Tout dépend de la nature du message à faire passer, soit directement le journaliste.

Ex : j'ai reçu un message sur une erreur sur des armes, j'ai contacté directement la journaliste pour lui dire qu'elle faisait une erreur. Sans passer par son supérieur, c'était une petite erreur, je ne veux pas passer pour le dénonciateur.

Je l'adressais à tout le monde, tout par message instantané, mail.
S'il y a une cellule de crise je n'en fais pas forcément partie mais je peux m'y inviter naturellement.

Comment êtes-vous perçu dans les rédactions ?

En tant qu'ancien de la rédaction cela facilite les choses, on me connaît, les gens me sont plutôt grès de les prévenir qu'ils sont dans l'erreur. Je le fais de façon neutre. Comme je n'ai pas de pouvoir hiérarchique. J'ai plutôt l'impression de leur sauver la mise plutôt que de leur faire mal.

Que pensez-vous du profilage du poste de médiateur ?

Il faut quelqu'un d'expérience. 30 ans dans la rédaction m'ont donné une légitimité.
J'ai été candidat au poste de médiateur après 7 ans au 13h. Il y avait 6 ou 7 candidats, nous sommes passés devant une commission. La commission de différents corps constitués a fait une proposition sur ma candidature. J'ai travaillé en proximité avec ML Augry. Aujourd'hui plus qu'un seul médiateur pour raison économique.

Les postes de médiateurs se raréfient, votre poste est-il menacé ?

Les médiateurs à FTV protégés par une charte et son cahier des charges établi en 1998 par Catherine Trautmann.

Chez mes collègues du club des médiateurs y a des craintes pour ceux qui travaillent dans le privé.

Les nouveaux supports réseaux sociaux sont-ils une concurrence pour le médiateur ?

Le médiateur est dans la relation public avec son média, avec un contenu différent qui s'adresse au diffuseur en espérant faire changer les choses.

Sur les réseaux sociaux, on est sur une gigantesque discussion où on échange des discussions, c'est tout à fait différent.

J'incite les responsables à être très prudents sur la lecture des réseaux sociaux. Ce qui s'y dit est souvent très différent de ce que je reçois en tant que médiateur.

Ex : Anne Sophie Lapix dans un lancement de sujet en début de coupe du monde parle des joueurs de foot et de l'argent et parle des « joueurs milliardaires » ; sur les réseaux sociaux ça a été l'explosion « scandaleux, de quoi elle se mêle ». Ce qui fait que trop vite à mon goût et sans m'en parler, la direction de l'info a décidé qu'Anne Sophie Lapix devait faire des excuses, ce qu'elle a fait le lendemain. Alors que moi je recevais exactement l'inverse, je ne recevais que des courriels de félicitations, c'était « notre public » ;

Les gens qui ont pris la peine d'écrire à France 2, pour « dit Bravo », « c'est ce qu'il fallait dire. »

C'est pourquoi il faut être très méfiant à propos de ce qui circule sur les réseaux sociaux.

Sur le nombre que peuvent représenter ces inflammations, on se rend compte qu'en retourne à la racine finalement que ce sont très peu de gens 200 à 400 personnes qui arrivent à faire croire que toute la blogosphère est en flamme, ce n'est pas vrai.

Je pense que c'est erreur d'avoir fait des excuses.

Quelle est la fréquence de vos échanges avec les rédactions ?

Il s'agit de rencontres ou échanges téléphoniques, je vois le Directeur de l'info au moins 1 fois par semaine.

Que pensez-vous de la réflexion sur la création d'un Conseil de Presse en France ?

La médiation fait partie du processus d'autorégulation des médias, on a toujours plaidé nous journalistes pour une auto régulation, pour que le législateur ou le pouvoir ne vienne pas légiférer sur l'exercice de notre profession.

Pour montrer aux autorités notre bonne foi c'est leur montrer que l'on pratique l'autorégulation. C'est de façon très imparfaite en France. La seule chose qui existe vraiment de façon tangible en ce qui concerne l'autorégulation, ce sont les médiateurs.

Le 2^{ème} volet qui serait extrêmement important on en parle mais on ne le fait pas, ce serait un Conseil de presse.

Il y a eu des projets de mise en place de conseil de presse. Mais c'est urgent !

En Belgique cela fonctionne très bien.

En France retardé pour 2 raisons :

- Le farouche individualisme et le corporatisme des journalistes.
- Le rôle important des syndicats dans la presse en France depuis la libération
Je ne porte pas de jugement de valeur là-dessus, les syndicats les plus impliqués torpillent le projet parce qu'ils n'y auraient pas leur place dedans.

Notamment Le SNJ et la CGT

Les conseils de presse qui existent dans le monde francophone ; en Belgique, au Québec et en suisse, il n'y a pas de syndicats dedans mais que des professionnels.

En France c'est un vrai problème.

Jérôme Bouvier ancien médiateur de Radio France avait essayer d'avancer là-dessus mais il a fait l'erreur de demander aux syndicats d'y réfléchir et le résultat c'est que les syndicats ont torpillés l'affaire en 3 mois, le projet n'existait plus.

Vous êtes adhérent à l'ODI ; que cela vous apporte t 'il dans votre activité de médiateur ?

Le problème réside dans le fait que parmi les membres, il y a très peu de journalistes en activité ; des organismes censés représenter les spectateurs pour un résultat un peu stérile

L'impression d'avoir le « Cul entre deux chaises ». C'est un Observatoire pas un conseil de presse ; il relève des erreurs mais ne dit pas où elles ont été commises, par qui ; Tout cela est un peu flou, pas d'une grande utilité si ce n'est de préfigurer ce que pourrait devenir un Conseil de presse.

Moi je me battrais pour un conseil de presse à l'image des belges, où il y a journalistes, rédacteur en chef, patrons de presse et personnalités représentatives (représentatives des téléspectateurs) mais d'associations de téléspectateurs ou l'on tomberait dans des choses très corporatistes très politisés, pas de syndicats. Cela donne un organisme très efficace, cela marche très bien ils abattent un boulot formidable, leurs rendus sont intéressants.

Ils n'ont pas de pouvoir de sanction ce qui est très bien. Ils peuvent provoquer des rencontres, des vraies médiations. Ils sont tous le même mouvement, la presse qui se fait et non celle du passé.

Annexe 2 : Retranscription de l'entretien avec Jean-Marie Charon, Sociologue des médias, administrateur de l'institut de développement de l'information économique et sociale (IDIES) et membre de l'observatoire sur l'éducation aux médias du CSA.

Qu'évoque pour vous la fonction de médiateur ?

Claude Jean-Bertrand a écrit « L'arsenal de la démocratie » (les MARSE)

Sa réflexion était de voir s'il y avait des outils qui pouvaient favoriser la déontologie ; Parmi ces outils il y a les médiateurs, ombudsman, en France c'est audiovisuel public qui a nommé ce poste médiateur.

Dans les années 90 on regardait les expériences aux états unis ; on en trouvait en Europe El pays apparu année 70. 1^{er} en France le Monde.

Je tiens à cet instant à préciser que mon propos est biaisé sur le sujet. J'ai été partie prenante dans l'affaire, en 97-98 conseiller de Catherine Trautmann alors ministre de la culture et de la communication, je l'ai incité à développer les médiateurs dans l'audiovisuel public. Donc pas neutre sur le sujet.

Comment évolue la fonction de médiateur à l'heure du numérique ?

Avec l'utilisation d'internet plus généralement, 2 réponses apparaissent qui pourraient être des substituts au médiateur ; le fait de dire les journalistes doivent être vigilants par rapport à ce qui se dit sur les réseaux sociaux et à écouter ce qui se dit de leurs productions. Compliqué, cela peut-être parfois violent, en contradiction avec leur travail de production.

En 2007- 2008, Rue 89, un des 1^{er} pure Player d'information avait institué ce principe : que tout journaliste de sa rédaction devait suivre et répondre aux commentaires des internautes.

On avait bien vu ces 2 aspects qui posent problème dans cette inter relation directe entre les journalistes et leur public via les réseaux sociaux. La virulence des propos qui peut être un handicap pour des journalistes qui ne sont pas forcément « blindés », ne sont pas sans émotion et sans vulnérabilité à l'égard des propos qui peuvent être portés à leur égard.

Autre aspect, cela dévore le temps, le journaliste a son travail de production à réaliser.

Autre alternative au médiateur : le making off, sur le site de l'AFP qui consiste à ce que des journalistes explique ce qu'il fait, comment il travaille. Comment on fait face aux fakes news, aux fausses photos ; Ce travail se substitue à ce que faisait le médiateur. Il répondait sur le thème et expliquait le travail de la rédaction.

A l'origine, les médiateurs ont plutôt été des phénomènes de presse écrite. En France c'est sous l'impulsion du ministère de la culture qu'ils ont été créés dans l'audiovisuel public.

Autre alternative au Médiateur, le Conseil de presse. Qu'en pensez-vous ?

Dans le cas d'un conseil de presse l'activité est plus ponctuelle. Le médiateur lui est sur son propre média et travaille en continuité avec la rédaction et en continue il est la personne qui va accueillir les mails du public (demande de conseils et d'explication on est dans l'inter relation), Quelques fois la relation médiateur / rédaction peut être conflictuelle selon le profil du médiateur ; s'il est crédible ou non.

Le médiateur doit faire vivre la médiation, comme à France 3, ML Augry faisait se rencontrer les gens avant l'émission puis après l'émission elle prenait le temps pour que les uns et les autres continuent à discuter.

Dans le cas du conseil de presse c'est plutôt de la récrimination. Aux USA les médiateurs allaient jusqu'à faire des contres enquêtes, ils avaient des moyens. Ils rédigeaient en disant on s'est trompé !

Avoir à l'esprit que parmi les problèmes qui se posent pour le médiateur. L'économie de la presse est difficile et supprime les postes parce qu'ils coutent chers.

La question de la médiation et comment on la pratique reste toujours posée.

La vraie question que ce soit médiateur ou conseil de presse : intervention de personne physique avec temps réflexion, temps élaboration des réponses alors que les réactions sur les réseaux sociaux c'est de l'instantané, il faut réagir vite. Ça va rester le sujet.

Dans la constitution que l'on avait du rôle du médiateur, il y avait l'idée de faire un travail pédagogique avec la rédaction et c'est souvent la que le bât blesse : légitimité du médiateur Dans la presse américaine il y avait 2 principes : d'abord que ce soit qqn en fin de carrière qui n'a pas à se préoccuper de son avenir pro.

Jean-Claude Halami, ancien médiateur à France 2 avait la cinquantaine, ça n'a pas fonctionné, il a eu du mal à rebondir.

Deuxième aspect, prendre quelqu'un d'une autre rédaction, recul, capacité à réfléchir à comment la rédaction travaille sans avoir été trop immergé. Ce n'a pas été le choix de l'audiovisuel public.

L'autorégulation : J'ai souvent mis en avant que l'on n'a pas besoin de juges de la profession, on a plutôt besoin de procédures de type pédagogiques ou les uns les autres prennent la mesure des arguments du public et ou le public a l'explication de comment travaillent les rédactions ; faire évoluer les pratiques des rédactions et la connaissance qu'a le public de la fabrication de l'information.

Certains conseils de presse ont 1 rôle de médiation, exemple en suisse. Pas de blâme et produisent des documents avec conseils pédagogiques. Selon le pays différent.

En France certains politiques veulent aller plus loin, réclament à l'assemblée une intervention des politiques sur les questions de déontologie (loi fake news). Je crains que cette conception juridique et judiciaire du conseil de presse qui finisse par l'emporter.

Prise de positions en France rapport éco et social en 1999, avec l'affaire d'Outreau il y a eu un rapport parlementaire

Il y a eu 3 ou 4 rapports ou intervention parlementaire. A chaque fois que la création d'un conseil de presse a été évoqué, c'était assorti de sanctions financières ou retrait de la carte de presse.

Les profils des personnes qui s'adressent au médiateur ont-ils évolué ?

En 1987 création Baromètre de confiance des français pour les médias : La croix le publie tous les ans.

Le débat sur la qualité de l'info est moins lié à l'Internet qu'à l'évolution de la société elle-même.

Beaucoup de gens dans le public ont l'impression de pouvoir juger les journalistes du fait qu'ils ont un niveau d'éducation, de compétences qui est au moins équivalent à celui des journalistes. Sur le baromètre précité, les franges de la société qui sont les plus critiques à qui l'on demande par exemple si la hiérarchie de l'information dans l'année qui vient de s'écouler était la bonne. On voit qu'il y a une grosse tendance à contester la hiérarchie de l'info.

Si toute une partie du public se sent aujourd'hui en capacité, en position de pouvoir juger le travail des journalistes parce que eux même ont un niveau d'éducation au moins équivalent spécialistes aux journalistes.

Ce qui n'était pas le cas dans les années 60-70. Peu de gens qui accédaient à l'enseignement supérieur. Il y avait peu de gens qui avaient le même d'éducation, de compétences sur les sujets traités que les journalistes eux-mêmes.

Aujourd'hui on a une partie beaucoup plus importante de la société qui est au niveau de compétence des journalistes voir au-delà du niveau de compétence des journalistes sur les sujets traités, en économie, en science, en éducation.

Quand vous faites des groupes de travail pour des rapports ou des livres. C'était dans des groupes avec des publics a fort niveau d'éducation (prof, juristes, médecins) on trouvait les procès les plus virulents de gens qui pensent pouvoir dénoncer le faible niveau de qualité du travail des journalistes parce que eux-mêmes sont spécialisés d'un sujet.

Aujourd'hui le « journalisme citoyen » concurrence-t-il les journalistes ? Certains sont suivis et deviennent une référence. Ce phénomène est-il un frein à la médiation ?

C'est ce que l'on attendait du phénomène des blogs, sur les blogs il y a des spécialistes.

En 2005 sur le référendum européen, il y a eu tout un débat sur le fait que les médias avaient soutenu ce référendum alors qu'il a été perdu ;

Il y a eu un prof (j'en parle d'en mon livre de 2007) qui c'était complètement investi dans la compréhension et dans les références en matière de constitution et de textes juridiques de type constitutionnel et qui a fait un travail dextrement poussé sur son blog de critiques et d'arguments qui étaient utilisés par les journalistes.

C'était un peu un modèle dans cette la période début 2000 de la montée des experts au sein de la société. Période où l'on parlait de journalisme citoyen. On disait, finalement les citoyens sont compétents pourront faire le travail des journalistes !!!

Finalement on s'aperçoit c'est plus compliqué que ça

Il reste le sujet que de très nombreuses personnes, on le voit dans la nature des commentaires sur les réseaux sociaux, très souvent sur des sujets il y a un dédain et souvent une négation de la compétence des journalistes sur un sujet. Ils ne connaissent rien, ils sont dans la pensée unique... A l'autre bout il y a le complotisme.

On voit de plus en plus d'Experts à l'antenne dans les JT.

Ce sont les contraintes économiques faisant, avant dans les rédactions il y avait des journalistes spécialisés qui étaient reconnus comme des experts par les spécialistes de la profession.

Aujourd'hui un des problèmes c'est que les rédactions sont moins nombreuses, qu'elles doivent intervenir sur plus de supports et que les journalistes ont moins de moyens pour travailler, en termes de documentation, de temps de travail pour murir un sujet.

Du coup le modèle qui s'est imposé, et celui d'un journaliste généraliste, peu spécialisé.

Pour éviter d'apparaître complètement démuné en termes de compétences, effectivement on va chercher des experts. On va avoir des sites d'information comme AOC, the conversation, qui essayent de faire cohabiter des journalistes et des experts.

Montée des experts, le journalisme citoyen, de nombreuses personnes s'expriment sur des sujets où ils nient la compétence du journaliste sur ce sujet

L'évolution du modèle économique contraint-elle le journaliste ?

Contrairement à ce qui apparaît souvent dans la critique des médias comme ce que sort ACRIMED (le public est mécontent parce que les journalistes sont trop dépendant des propriétaires, parce que c'est la pensée unique)

Ce qui m'a toujours frappé dans les groupes de travail et enquêtes, le principal problème, sur lequel le public est le plus virulent c'est sur le manque de fiabilité, c'est-à-dire les erreurs.

On peut essayer de Comprendre pourquoi Cette question des erreurs devient de plus en plus polémique.

On est dans une société où il y a de plus en plus de compétences et d'expertise qui se diffuse et la question de l'erreur, quand vous êtes médecin ou juriste, l'erreur est un sujet qui disqualifie. Autre hypothèse on est une société où toutes les ressources sociales, la famille, les syndicats, les partis politiques ont tendance à reculer (moins de gens syndiqués, moins de personnes adhérentes à un parti, les familles séparées.)

On a de moins en moins de ressources pour obtenir une aide dans la vie de tous les jours, à partir de cela les médias sont de plus en plus la ressource, l'outil qui nous sert tous les jours.

Quand ils ne sont pas fiables c'est perçu comme ayant une répercussion sur la vie des personnes.

Quel avenir voyez-vous pour l'Ombudsman/ médiateur ?

La question du rôle du médiateur reste complètement posée. Qu'on y réponde en nommant une personne, un journaliste qui va être le médiateur ou en créant des structures plus collectives à l'intérieur du journal avec des représentants du public et des représentants des journalistes ; ou est-ce que c'est en créant des conseils de presse qui vont jouer un rôle de médiation. Le sujet est posé. On est dans un contexte économique et social, où ce qui avait permis l'émergence du médiateur au sens traditionnel a évolué.

Annexe 3 : Retranscription de l'entretien avec Patrick Eveno, Président de l'ODI (Observatoire de la déontologie de l'information).

De votre point de vue, dans le climat de défiance actuel, le poste de médiateur a-t-il un avenir dans cet univers numérique ?

Le médiateur est une des réponses face au questionnement des publics ; Le NY Times a supprimé son poste de médiateur parce qu'il considère que les réseaux sociaux suffisent.

Les fonctions sont différentes : Le médiateur et le community manager. Il y a aussi des fake checker et décodeurs tout cela doit pouvoir se compléter.

Le médiateur répond personnellement aux gens par courrier ou courriels et publie la parole des gens, alors que bien souvent dans les réseaux sociaux...

Il explique la démarche éditoriale plus difficile pour les réseaux sociaux. C'est aussi une interface avec la rédaction pour faire remonter des questionnements.

Dans le contexte économique contraint, le poste de médiateur peut faire autre chose. Il faut optimiser le poste pour le rendre durable ; Il faut qu'il soit un organe de réflexion interne à la rédaction à partir du questionnement du public.

Quelles différences y a-t-il dans la manière de pratiquer la médiation en France où la notion de médiation reste un échange, une interface, par rapport à d'autres pays européens ou dans les pays anglo saxon ou il y a une notion juridique et en l'absence de conseil de presse ?

Cette disparité des méthodes de médiation peut s'expliquer par les spécificités culturelles de chaque pays. « La force de la société civile est plus importante dans les pays comme la Suisse, la Belgique ou le Canada qu'en France où la culture de la discussion et du consensus est bien plus rare et vire bien plus rapidement à l'affrontement ». Mais il y a aussi des pays comme l'Angleterre où la pratique est plutôt celle du « on fonce d'abord et on réfléchit après »

Un conseil de presse manque en France. Le médiateur est dans un média seulement alors qu'un conseil de presse ce serait la réunion de l'ensemble des médias et donc un « super médiateur ». Une interface entre les rédactions et le public.

Une réflexion sur l'éditorial et le rédactionnel, la déontologie. Il y a des pays où il y a des médiateurs dans les organes de presse et aussi des conseils de presse.

Ce sont des compléments qui se renforcent. A l'ODI on fait comme si on était un conseil de presse et ce sont les médiateurs qui représentent les entreprises qui en ont dans notre observatoire.

CR : Que pensez-vous du fait que la plupart du temps les médiateurs appartiennent à l'entreprise qui les emploie ?

Prenez l'exemple récent avec la nomination d'Emmanuelle Daviet qui s'occupait de l'éducation aux médias à Radio France et qui vient d'être nommée médiatrice, c'est de très bon augure, son profil est très intéressant.

Cela est nécessaire si on veut une interface avec la rédaction, si les rédacteurs sont mis en cause. En parallèle il existe les comités d'éthique à côté des médiateurs, des personnes issues d'un autre monde que celui de l'entreprise. `

Comment le poste de médiateur évolue-t-il dans l'univers numérique dans un climat où les médias sont contraints financièrement ?

Il a un besoin de répondre aux attentes du public. Ce besoin passe par différents canaux : Comité d'éthique, médiateur, le community manager fact checker. Ils n'ont pas les mêmes fonctions ni le même profil.

Dans un climat de défiance, les médias doivent répondre au questionnement du public. Le poste est souvent occupé par un journaliste chevronné, le coût est élevé.

Quels rapports entretient l'ODI avec les médiateurs ?

Nos rapports sont très bons, un grand nombre de médiateurs adhèrent à l'ODI. Ils nous perçoivent comme complémentaire à leur activité au sein de leur média où ils sont souvent assez isolés.

En quoi consistent vos rencontres ?

Nous échangeons sur les pratiques et leurs évolutions. Ces discussions nous permettent de prendre du recul, c'est un échange réciproques.

Remarque : la retranscription de cette itw est écourtée du fait qu'il y a eu un problème technique pendant l'enregistrement

Annexe 4 : Retranscription de l'entretien avec Daniel Cornu, médiateur pour le Groupe Tamédia à la Tribune de Genève

Pour combien de titres exercez-vous la médiation en Suisse ?

J'occupe un poste de médiateur, sous contrat de mandat sur 2 ans renouvelable. En principe se sera mon dernier mandat l'an prochain j'aurai 80 ans (plus vieux médiateur en fonction)

Pour Tamedia

1998 médiateur de la Tribune de Genève groupe Edi presse chaque quotidien avait son médiateur. En 2007, pour des raisons économiques plus qu'un médiateur pour ces 3 quotidiens D. Cornu a accepté

Edipresse s'est vendu début 2000 au groupe Tamédia qui a maintenu le poste en suisse romande et alémanique.

Médiateur de l'ensemble des titres 2 quotidiens (La tribune de Genève et 24 heures) et leur site internet du journal « Le matin » titre papier supprimé en juillet 2018.

Très peu sollicité pour la presse magazine.

Champ d'action considérable, la suisse est petite et fédéraliste. Tirage des journaux pas très élevés encore moins qu'il y a 10 ans.

Quel est le statut du médiateur en Suisse ?

Le médiateur est indépendant, garanti, statut du contrat, l'éditeur ne peut pas me congédier.

Reconnu dans mon cahier des charges, statut d'employé.

Rémunéré par le groupe Tamédia, je dépends du conseil d'administration, je peux me montrer critique sur la politique adoptée.

Différence avec la France, lecteur du monde, ils sont très indépendants (ex : Edwy Plenel) Mais fonctionnement différent, Le Monde n'a pas une rubrique de courrier des lecteurs quotidienne qui lui permettrait de faire état régulièrement des interventions qui lui parviennent.

Moi l'essentiel de mon travail est de répondre directement aux gens qui m'envoie des mails pour se plaindre ; j'ai la possibilité de tenir une chronique, l'année dernière j'avais 2 chroniques par mois maintenant plus qu'une seule. Parfois je consacre plus de temps sur des cas plus compliqués, il faut faire un tri. Ex : chronique Cas général / question des fakes news. Je viens d'avoir un cas de dénonciation de fakes news, j'ai traité pour réparer la chose, je ferai une chronique. J'ai observé que Les gens ne sont pas demandeur d'explications, d'arbitrages qui immédiatement accusateurs.

Difficile de comparer avec la France, il y a autant de formes de médiation qu'il y a de médiateurs, chacun fonctionne dans un contexte différent.

Comment le médiateur travaille-t-il par rapport au conseil de la presse Suisse ?

Il n'y a pas de lien organique entre la fonction de médiateur et le conseil suisse de la presse.

Parce que les médiateurs se sont raréfiés, il y a eu début 2000, en suisse rien qu'en presse écrite une douzaine de médiateurs, en 2009, avec développement des modes relationnels via Internet, avec les courriels, moyens de s'exprimer directement pour les gens ; il y avait en 2009, 7 médiateurs de presse écrite qui fonctionnaient pour groupes possèdent des titres.

En 2018 ils ne sont plus que 4 médiateurs presse écrite pour une centaine de titres (il y a beaucoup de petits titres)

Il y un lien organique entre les médiateurs de radiotélévision, il y a une loi qui en fixe les devoirs et une autorité de plainte auprès de laquelle les gens peuvent recourir.

Vous adressez une plainte à un chef de TV public ou privé ou de radio. La plainte est d'abord traitée par un médiateur qui voit d'abord s'il y a une possibilité de conciliation en rapport avec le service médiatique et les plaignants. Et s'il n'y a pas arrangement alors le plaignant a la possibilité de recourir à cette autorité indépendante d'examen des plaintes.

Eventuellement qui prononce des sanctions.

En suisse, (excellent ce qu'ont fait les belges, bonne charte bon fonctionnement) le conseil de la presse est très ancien, il date de la fin des années 70 il a pour principe de ne pas apposer de sanctions mais de prendre position dire si oui ou non le code de déontologie, la convention des droits et devoirs des journalistes et leurs directives ont été violées. Souvent la réponse est assez balancée (réponse mitigée : « cela a été partiellement violé... »).

Personnellement je n'ai jamais considéré que la sanction était forcément le meilleur moyen, pour un journaliste, le fait d'être désavoué par le conseil de la presse est aussi embêtant qu'une sanction à porter comme décoration de guerre.

Existe-t-il un profil type pour occuper le poste de médiateur en Suisse ?

Oui, plutôt sénior, mon collègue en suisse alémanique est aussi un senior. De temps en temps il y a aussi des gens qui viennent du droit, comme un avocat qui s'est intéressé au droit des médias, mais le plus souvent se sont d'anciens rédacteurs en chef.

Appartenir au média est une question qui se pose. Reconnaissance par les 2 parties d'un statut d'indépendance, par son application et sa manière de le vivre.

Aucun médiateur ne s'est pas fait suspendre en France pour excès d'indépendance.

(Cf affaire Plenel et Colombani 2003)

Comment travaillez-vous avec les rédactions à l'heure du numérique ?

Le médiateur est là pour entendre les plaintes mieux qu'avant, prendre en compte, les répercuter.

Normalement je devrais voir directement le rédacteur en chef. Je suis plus ancien dans l'entreprise, j'ai une marge de manœuvre. Les rédacteurs en chef sont souvent occupés, je m'adresse alors au chef de rubrique ou rédacteur (l'intéressé est souvent le plus apte à donner des explications)

Les chroniques sont en marges ; dernier cas une fake news relayée par site journal « le matin ». Fake news avérée le journaliste n'avait pas vérifié. J'ai pris contact avec responsable du site. Le journal s'était rendu compte de l'erreur et avait déjà dé publié et préparai un démenti.

Intervention sur le site internet : la politique du groupe est de transféré sur Internet avant le papier. Des contenus portés à la connaissance du public avant la parution papier.

Les lecteurs vont intervenir sur la version internet.

C'est une complication certaine, ex le plaignant se réfère a un article sans date, je fais recherche Google et l'article avait été retiré. Je dois téléphoner au responsable du site pour prendre connaissance, je ne peux pas le retrouver seul et suis obligé de déranger 2 ou 3 personnes pour des raisons de sécurité informatique.

Avant avec support papier on archivait les journaux et la recherche était plus facile.

Les lecteurs sont plus exigeants et estime que je devrais être à jour sur les contenus des sites alors qu'ils changent toutes les heures.

Il faut faire avec le coté volatile du Net, tenir compte des délais entre le moment où on reçoit une plainte et le moment où on la traite.

Employé a 1/3 de temps, j'estime que c'est suffisant ; certains cas prennent plus de temps. Depuis que je travaille pour 3 sites, en dix ans 100 avant, plutôt 50 aujourd'hui. Une réclamation

par semaine contre 2 avant. Deux à 3 heures par jour de travail au bureau à Genève, répondre aux gens et préparer mes chroniques.

Activité quotidienne, car il faut un suivi. Le reste du temps je vais une veille via ma messagerie et je la regarde toute la journée.

Les gens attendent une réponse dans les meilleurs délais.

Au début de 1998 à 2000 je recevais encore des lettres par la poste, délai...

A partir de 2000 presque exclusivement par courriels, traitement dans les meilleurs délais.

De quels outils disposez-vous pour communiquer ?

Je fais un rapport annuel depuis la reprise par Tamédia. Je dégage un thème d'intervention qui a été plus présent et des considérations générales sur les évolutions. J'ai d'ailleurs dans mes 2 derniers rapports fait état des doutes que j'avais sur la pérennité de la fonction de médiateur par rapport à l'évolution des pratiques. Diminution assez forte des plaintes (à savoir au début de l'internet social les journaux ont beaucoup sollicité les commentaires des lecteurs pour avoir le plus de réactions possibles en se montrant peu exigeant sur l'identité de plaignants avec des contenus juridiquement bordable. Suite à des abus on a mis ensuite un service de modération (externalisé) Netino (Spécialiste de la gestion des médias sociaux, la modération de contenu et des métiers du back office digital.), modérateur aussi du Journal Le Monde. Cette modération des commentaires ne peut pas satisfaire chacun et notamment sur le site Le Matin, certains trouvaient qu'on avait tort de ne pas avoir publié leur commentaire.

Donc en 2015-2016 cela suscitait beaucoup d'interventions au point que j'en étais venu à comptabiliser non pas les plaintes mais les plaignants. Souvent c'était les mêmes, cela donnait une vision artificielle de l'activité.

Dès 2016 le Matin a changé de politique, sur le site il y a des paragraphes à la fin des articles ou on peut faire des commentaires, avec un petit avertissement mais on leur demande de donner leur profil, dire qui ils sont. Il faut respecter les règles sinon les commentaires ne sont pas publiés. Dès lors il y a eu une chute extraordinaire du commentaire publié et chute fréquentation du site. Beaucoup moins de plaintes au médiateur.

L'autre évolution, quand la fonction a été créée aux USA en 1967, l'enjeu était trouver un moyen de prêter une oreille plus attentive aux lecteurs qui se plaignaient. Les médias à l'époque étaient en pleine splendeur politique, très forts et faisait preuve d'un peu d'arrogance ; Il y a eu une prise de conscience des plaintes des lecteurs qui se voulaient critique.

Pour les gens s'adresser au médiateur était un acte respectueux. Aujourd'hui le pouvoir est passé du côté des lecteurs ; on passe du bon citoyen qui porte un regard critique sur les médias et qui demande un traitement journalistique conforme à la déontologie. On passe du questionnement à l'accusation immédiate. Parfois assez forte parfois et très violente ;

Parfois d'emblée par rapport au médiateur qui est considéré comme une sorte de paratonnerre du média qu'il représente.

Dans la même tendance, les institutions, les associations, les corporations, des ensembles qui ont tendance à ce se considérer comme des sources, la presse vient déranger parce qu'elle dit autre chose. On est passé de la demande de rectifier une erreur à la dénonciation de l'erreur et même à l'accusation de participer tout de suite à un complot.

Théories complotistes fortement développées. D'emblée propos violents, violence dans la rhétorique. ACRIMED n'a pas attendu internet pour se manifester, mais là c'est plus fort.

J'ai également créé « La page du médiateur », j'essaye d'entretenir la relation de confiance avec le public.

Il faut « Ouvrir la boîte noire des pratiques rédactionnelles pour associer le public autrement que par le simple enregistrement de ses comportements de consommateur »
Expliquer aux gens pourquoi et comment on a fait les choses ; plutôt que ne n'avoir qu'une vision comptable du clic voir ce que l'on peut faire de positif
Certains médias comme Médiapart, invitent les gens à apporter des choses et à intervenir dans la fabrication de l'information.

Les modèles économiques des médias font-ils que ce poste représente un luxe plutôt qu'un atout ? La fonction de médiateur est-elle menacée ?

C'est ce qu'ont considéré le Washington Post en 2013 (pourtant pionnier de la médiation de presse aux US) et le NY Times en 2017 (venu tardivement à la médiation au début des années 2000 avec l'affaire Blaire avec falsification de documents par un journaliste)
Effectivement, ce que je viens de décrire précédemment comme évolution ouvre la porte à ce type de décision.

On a plus besoin d'avoir l'avis des gens puisqu'ils nous le crachent à la figure ! Le médiateur comme haut-parleur du public n'est plus nécessaire, on entend plus que le public qui dit du mal de nous. De ce point de vue, il n'est plus forcément utile. Les 2 sont parvenus à la même conclusion qu'il suffisait d'avoir une cellule qui réceptionne ces plaintes sous forme de dénonciations violentes et d'accusations et de voir avec le service rédactionnel ce qu'il incombe de faire des réactions des remèdes. Il n'y a plus besoin, de l'oreille attentive du médiateur et de sa bonne volonté à susciter les critiques constructives pour fonctionner.
Cela explique l'évolution que l'on connaît en Suisse.

Structurellement, J'ai des doutes sur la fonction d'un médiateur permanent.
Cependant, il y a des cas où le médiateur peut être très utile il permet l'instauration d'un débat avec un plaignant et de le dissuader d'aller en justice. Il permet d'anticiper une conciliation.
La fonction peut encore se justifier, pas forcément avec un statut permanent.

Le conseil de presse peut-il remplacer la médiation ?

Pour le Conseil de la presse la plainte doit toucher aux pratiques journalistiques et à la déontologie, ensuite on saisit les tribunaux dans les cas d'atteintes à la personne, diffamation, ils ne passent pas par médiation ou conseil de la presse.

Selon vous, le poste de médiateur est-il important pour l'image du média qui l'emploie ?

C'est pourquoi Tamedia maintient ses médiateurs. Le président du conseil d'administration m'a dit : « quand bien même vous considérez que vous n'êtes pas sollicités à hauteur du statut et à la rémunération donnée. Il est bon que vous soyez là, dans le sens de la qualité que recherche l'entreprise pour la qualité du travail journalistique ». Il y a là un côté symbolique.
Je suis sensible aux critiques et aux défauts de la fonction mais aussi au fait que les gens en général la reconnaissent et l'apprécient et en louent l'existence.

Quel avenir pour le médiateur ?

L'avenir du poste n'est pas forcément assuré.
Difficulté pour l'express en France, en Suisse Romande un magazine a encore récemment supprimé un poste.

Dans le fond la fonction de médiateur a encore un sens, mais les rapports de force entre les médias et le public ayant changé, pour le médiateur cela conduit à une révision déchirante de son activité. Le médiateur qui était à l'origine une sorte d'avocat et de porte-parole des lecteurs auprès des rédactions devient aujourd'hui face aux innombrables procureurs qui s'attaquent à la presse sur les blogs, les réseaux sociaux, dans les forums attachés aux médias eux même. Finalement le médiateur devient plutôt un défenseur des médias et des journalistes face au public.

Annexe 5 : Retranscription de l'entretien avec Jérôme Bouvier, ancien médiateur de Radio France de 2009 à 2014, Fondateur des Assises du journalisme, Président de l'Association « Journalisme et citoyenneté »

Quel est le rôle des médiateurs dans l'espace numérique aujourd'hui ? est-ce un rôle qui perdure ou est-il malmené ?

Il faut noter qu'en France cela arrive très tardivement et petitement.

Les Journaux historiques avaient institué dans leur mode de fonctionnement des sociétés de rédacteurs, Le Monde en autre, a très vite été doté d'un médiateur. C'est eux qui ont ouvert le bal.

L'avancée est plus significative quand le Cabinet de Catherine Trautmann alors ministre de la culture avec comme conseiller Jean-Marie Charon décide que l'ensemble de l'audiovisuel public doit se doter de postes de médiateurs. Ce qui a donné une Force et structuration au poste de médiateur en France, malheureusement dans l'audiovisuel en tout cas, le privé n'a pas suivi, sauf RTL pour la radio et maintenant RTL et LCI mais cela n'a pas déclenché un élan général. Depuis Le Ministère de la culture a inclus dans ces contrats de subvention avec la presse des incitations pour bonnes pratiques en matière d'éducation à l'information et a aussi précisé dans ses hypothèses qui sont mises a disposition des éditeurs des bonnes pratiques en terme de relation avec les publics et donc la création de postes de médiateurs ;

2 réponses :

- 1) Une question majeure c'est La question économique, un poste de médiateur c'est un poste avec un salaire à plein temps,

Généralement attribué a des gens qui ont une certaine expérience, un certain parcours dans leur univers et pas des salaires de débutant. Ce sont ceux-là dont les DRH cherchent à se débarrasser partout, quand vous avez une multiplication des plans sociaux dans l'univers des médias d'information. On peut citer des cas précis, quand il y a 50 à 80 postes à supprimer. Le poste de médiateur apparait assez vite comme fragile, il y a eu le cas dans la presse de province, avec un certain nombre de postes de médiateurs qui ont disparus ; non pas parce que leur rôle était contesté mais pas pure mesure économique. Car moins important que poste de reporter.

Si la presse était florissante, avait trouvé les clés de son équilibre financier la médiation se porterait mieux !

- 2) Est-ce que le dialogue avec les publics, les audiences a-t-elle encore un sens via un médiateur dans la mesure aujourd'hui ou ce dialogue est multiforme, protéiforme

Pas de réponse en noir ou blanc sur cette question

Quand radio France décide sous l'impulsion de l'état de se doter d'un médiateur on est à l'aube du numérique, il est assez logique d'avoir une boîte aux lettres pour l'ensemble des questions qui sont posées par les auditeurs et que cette boîte aux lettres soit le lieu de la diffusion auprès des rédactions (c'est comme cela qu'on peut joindre un producteur un journaliste). Cette Médiation là au sens littéral du terme a tout son sens. A partir du moment où chaque journaliste défend sa propre marque, qu'il considère qu'il est un acteur médiatique autonome, il a son compte Facebook, son compte tweeter, que son émission a ces propres réseaux sociaux.

Est-il encore utile d'avoir un médiateur, c'est une vraie question. Puisque le dialogue se fait désormais en direct, souvent des journalistes qui avant rechignaient à cela, commence à répondre eux même via leurs réseaux sociaux.

Ce qui fait à mon avis que le poste de médiateur reste indispensable, c'est qu'au bilan ces dialogues multiformes ne font pas un dialogue. Question de la parole formulée
Le fait de Pouvoir avoir accès à l'antenne est un aspect déterminant. Pour dire Voilà les questions que vous vous posez, voilà les réponses qui peuvent y être apportées soit par la personne incriminée soit par le médiateur ou le journaliste cela représente un acte majeur de dialogue.

Moi qui ai beaucoup valorisé le dialogue entre journalistes et citoyens en créant il y a 15 ans « Journalisme et citoyenneté » en disant que la question de la confiance et de la qualité de l'information ne pouvait se traiter qu'entre les journalistes, les éditeurs et le citoyen. Je continue à penser cela profondément.

Considérer que l'audience, l'auditeur par nature à raison est quelque chose qui mérite d'être discuté. La plupart des espaces de dialogues où je vais sont souvent des égos à ciel ouvert !

Ex sur l'espace de dialogue du Parisien, derrière tout article relatant une question banlieues, relation à la religion et à la délinquance. C'est terrifiant le déchainement de parole.

Cet espace de dialogue doit être régulé, filtré.

On ne peut pas laisser dire toute parole, Sur le fond oui la médiation est une nécessité plus que jamais à l'heure de la cacophonie du dialogue sur les réseaux sociaux, les hystéries qu'on y trouve. Les réseaux sociaux se sont mis à dupliquer les rythmes des grands médias, en 3 à 4 jours on ne retrouve plus qu'un sujet qui sera traité jusqu'à l'hystérie chacun va s'interpeller. Puis ce sera un autre sujet puis un autre...

Il est important que quelqu'un qui ait à la fois la confiance de la rédaction et qui soit considéré comme à peu près légitime par les lecteurs ou les téléspectateurs, auditeurs qui soit garant de la qualité du dialogue. Sans cela vous crouler sur les insultes, les fake news ... certains matins cela me désespérait et je me disais au bout de 5 ans qu'il fallait que je passe à autre chose.

Quantité : total pour l'information et les programmes

Tous les matins ouvrir 200, 300, 400 mails et qu'environ 30% sont porteurs d'une interrogation éditoriale, les autres étant de l'hystérie basique « je ne supporte pas Mme... »

(Réflexion Monsieur Bouvier Aujourd'hui schéma qui semble se mettre en place à FTV, Ref a une émission ou N. Jacobs traitait de l'info et des programmes).

Pour un dialogue de qualité, il faut une personne pour le mener, ce n'est pas le community manager qui peut le faire, ils sont en charge d'une forme de politique de communication, promotion de la marque, d'une émission, de rdv, les podcasts.

Ils ne peuvent pas jouer ce rôle de médiation même s'ils interagissent entre les auditeurs et les professionnels ;

Le rôle que seul le médiateur peut jouer être le garant de certaines exigences en matière éthique et déontologie. J'allais toutes les semaines dans les rédactions on discutait, c'est compliqué de ne pas apparaître comme un donneur de leçon en disant à un journaliste, les auditeurs nous interpellent là-dessus « était-il raisonnable de dire que...ou faire un titre là-dessus

Ce dialogue au sein des rédactions est salubre. Avoir quelqu'un qui n'est pas dans un rapport hiérarchique. J'ai dirigé RFI et France Culture. Quand on dirige une rédaction on peut être dans la contradiction parce qu'on peut valider des choix dans l'intérêt de l'antenne qui sont discutables en terme éthique et déontologique.

Avoir un rôle hiérarchique libre de paroles et de jugement pour aller dire dans les rédactions, et dire là il y a eu un emballement médiatique inconsidérée entretien une réflexion, un débat collectif.

De quels supports disposiez-vous ?

J'allais à la rencontre avec les rédactions. J'avais aussi une émission dédiée sur France culture et sur France Inter. Je ne faisais pas comme certains médiateurs de rapport annuel (j'ai estimé que c'est le genre de document que personne ne lisait).

Je participais à une instance de direction éditoriale et je faisais un point oral toutes les semaines, une sorte de veille, ce que disait les auditeurs.

Sous quelle forme numérique ?

J'ai créé mon site, « espace public » j'étais le premier. Je disais qu'internet n'était pas un média, mais un espace public où passait x millions de personnes, un espace numérique où se rencontraient les gens mais qui n'était pas un média. Cela rejoignait ma lecture comme lieu la notion « espace public, place publique »

Site il y avait Facebook et twitter uniquement, je réagissais sur les deux mais je n'allais pas sur les réseaux sociaux des émissions.

France info France inter relayaient sur leur site mes interventions, mais je n'avais pas une action spécifique sur les réseaux sociaux. Question de posture le 1^{er} support c'était la radio

Une fonction dans le climat de défiance installé ? vous avez d'ailleurs crée en 2007 assises du journalisme, le climat selon vous s'est-il durci dans la crédibilité du public et le rôle du médiateur

Avec le temps j'ai un peu changé de regard sur celui de la confiance pas celui de la brutalité. En 2007 débattre entre journalistes et citoyens des conditions de production d'une info de qualité, le pré supposé c'était de retrouver la confiance. Le baromètre TNS Sofres La Croix il y a 27 ans.

Avec le temps je me rends compte que la Questions était déjà posée en 1900 avant les guerres ou après les guerres où les médias se sont vautrés sur la collaboration et la propagande. On voit bien avec la charte des journalistes de 1918, après propagande et après 1940. Phases structurellement posées

Phénomène récurrent voir baromètre sur 30 ans il dit toujours à peu près la même chose, soit on s'en désespère soit on se dit que le rapport journaliste et citoyen un rapport amour/haine qui de même nature qu'avec les politiques et qu'il faut vivre avec. Il faut simplement construire en permanence à l'incisif et remettre le caillou au-dessus de la colline même s'il se casse la gueule.

Nécessité de se remettre en permanence cause, montrer au public que l'on est ouvert à la critique et aux évolutions.

Il y a une sorte de truc instinctif. On est dans une période où tous les corps intermédiaires sont suspectés. Je pense que je suis plus à même de me faire un diagnostic que mon médecin, je veux croire qu'un prof a un savoir accumulé moins important que le mien parce que je pense le contraire, les journalistes rentrent la dedans. Aux journalistes de ne pas faire preuve d'arrogance ou de suffisance.

Question de L'inconscient : Je connais un journaliste j'en suis très fière, je m'en prévaut et je n'aime pas les journalistes. Je n'aime pas les médias mais je défends mon journal, je suis un lecteur « du figaro ». J'ai une relation avec mon média passionnée avec mon média et je dis que les médias sont « des connards ». Il y a rapport très ambivalent.

On peut avoir une pleine confiance dans le journal que l'on achète, être abonné et tenir en parallèle un discours de défiance à l'ensemble des médias parce que les emballements médiatiques ex ce matin en direct pendant 4h sans coupure Ben alla l'audition d'un garde du corps. Je ne suis pas sûr que l'on soit dans la raison. Poutine ferait une déclaration de guerre mondiale je ne sais pas si on aurait 4 heures d'antenne ! sur toutes les chaînes tout info.

La médiation comme les journalistes est bousculée par l'apparition des chaînes tout info au même titre que les réseaux sociaux. Il faut donner à manger à la bête toute la journée et cette scénarisation, le breaking news c'est imposé ; comme modèle de production de l'info. L'engueulade la plus fréquente avec les confrères mettre l'identité de quelqu'un alors que l'on ne savait rien. La réponse était « c'est déjà sur BFM ». Une sorte d'entraînement. Si on considère que personne ne peut s'opposer à la rupture de digue ; on peut dire ce n'est pas nous c'est l'autre qui l'a déjà mis.

Sentiment d'être dans une démarche très moutonnaire. Peu importe la pertinence du sujet ; les journalistes du Monde inquiets montée du clic on peut mesurer pour chaque article son taux de lecture. On achetait le monde, avant c'était l'achat d'un produit collectif.

Sur le numérique on sait combien ont lu l'article sur le Yémen. Cela s'installe comme forme de régulation de l'article, on fait dix fois plus de vue avec d'article sur les chats que sur la guerre au Yémen ; faut-il continuer à parler du Yémen ?

La radio s'y met aussi : élaborez votre casting des émissions.

Ce n'est plus une radio d'offre avec une radio de flux mais de plus en plus mais une radio que l'on va construire soit même. Le rapport aux médias a été lui aussi très bouleversé ;

Dans ce climat le rôle du médiateur est-il affaibli ?

Le cercle des médiateurs avait été créé pour avoir un espace de réflexion inter médias, il y avait 20 médiateurs il y a 10 ans, il y en a 10 aujourd'hui.

Il y avait dans toutes les propositions autour du rôle du médiateur un peu l'idée qu'il pouvait y avoir un collège de médiateurs qui servent de conseil de presse de conseil de déontologie nationale.

Donnée économique, la représentativité est affaiblie. L'intérêt des médias est de promouvoir la marque et donc plus tenter d'investir dans le community management que dans la médiation.

La médiation c'est accepter l'autocritique, être dans un rapport critique dans sa communauté, les directeurs marketing préfèrent avoir des salariés qui sont là pour valoriser le produit quoi qu'il arrive. C'est justement parce que l'on est en mesure de prouver notre volonté de nous remettre en cause pour garder la confiance de ces lecteurs, téléspectateurs ;

Plein d'autres questions se posent : Qui peut être médiateur ? Dans les pays Anglo saxon le médiateur n'est pas salarié du média, il est payé par instance tiers cela ne marche pas, les rédactions n'accorde pas leur confiance.

Moi j'avais 30 ans de maison, les gens m'ont accepté. Pour certains journalistes c'est le dernier poste (statistiques) difficile de revenir après dans une rédaction.

Pour moi cela me manquait de ne plus faire de journalisme. A ce moment-là Fleur Pellerin m'a proposé son cabinet en tant que conseiller en charge des métiers de la presse et de l'information. C'était pour moi une nouvelle aventure.

La nomination d'Emmanuelle Daviet comme médiatrice à Radio France est une bonne chose. C'est intéressant, elle est en milieu de carrière à Radio France !!! à suivre avec intérêt choix intéressant. Ce ne sera surement pas son dernier poste.

Devant la diminution des postes de médiateurs, d'autres organismes peuvent-ils jouer ce rôle ?

Je milite pour la création d'un conseil de presse. Le conseil de presse ne doit pas remplacer le rôle de dialogue du médiateur avec sa communauté ou le making off. Mais peut remplir la partie éthique, déontologie de façon plutôt pas mal. Quand on regarde le conseil de presse belge qui est un peu la référence pour tout le monde. Un simple citoyen, lecteur, auditeur peut saisir pour avis le conseil de presse et peut obtenir une publication qui n'est pas un tribunal des médias comme en rêve Mélenchon mais fait le même travail que le médiateur d'instruction voir s'il y a eu faute. Bonne chose qui peut palier la question des médiateurs. La fin des mass médias face aux micro médias éclatement des sociétés de production.

On constate que le poste de médiateur n'a été créé que dans les grands médias, ceux qui ont une marque à défendre. La segmentation des médias aujourd'hui ; Le conseil de presse répondrait à ce rôle de médiation que ne peuvent s'offrir les petits médias.

Qu'est ce qui fait que c'est difficile d'aboutir à la création d'un Conseil de presse en France ?

Une hostilité farouche des patrons de presse, qui baisse un petit peu.

Globalement sont très demandeurs de l'argent de l'état mais à condition qu'ils n'aient aucune contrainte.

Un conseil de presse c'est se remettre en cause ; je suis le directeur de la publication et suis le seul qui peut intervenir dans mon canard.

Les lignes bougent, plusieurs grands titres sont prêts à y aller, Le Monde et puis il y a enfin une volonté politique une mission va être créée pour remettre un rapport sur cette question. Je suis auditionné la semaine prochaine.

Bruno Studer président de la commission des affaires culturelles à l'assemblée qui est en charge des médias c'est auto saisie de la question de la création d'un conseil de presse.

Parallèlement Françoise Nyssens a annoncé qu'elle demander un état des lieux et qu'elle se disait favorable à la création d'un conseil de presse ;

Ce poste a t- il un avenir ou quelle alternative faut-il envisager ?

Nonobstant le problème économique. La médiation ne pourra s'imposer le jour ou la presse aura trouvé son modèle économique.

La nature du rôle du médiateur change. Le dialogue non maîtrisé qui s'établit entre les producteurs d'info et les lecteurs auditeurs sur les réseaux sociaux n'est pas forcément un dialogue de qualité que la médiation est indispensable. Il faut quelqu'un pour filtrer, hiérarchiser les messages, de les mettre en exergue et les faire valoir ; il faut quelqu'un qui soit en charge de gérer ce dialogue permanent qui s'est instauré les éditeurs les journalistes et l'audience. Sinon cela risque d'être juste un grand défouloir. Et cela ne fait pas du dialogue, éventuellement du buzz.

Annexe 6 : Retranscription de l'entretien avec Marie-Laure Augry, médiatrice de France 3 de 2004 à 2017

Que pensez-vous de l'Etat des lieux fonction en France ?

Depuis un certain temps cela stagne depuis quelques années. On aimerait que les postes de médiateurs soient plus rependus dans la presse. Mais cela n'a jamais très important en France. 2 journaux/ Le parisien changement d'actionnariat et le poste n'a pas été renouvelé et L'Express avait 1 médiateur les changements. Les postes sont restés stables.

FTV était un cas particulier, il y avait 2 Chaines séparées, il y avait 2 médiateurs de l'info (2 et 3). La logique a voulu qu'au moment où je partais, comme il y avait un regroupement des rédactions FTV qu'il n'y a plus qu'un médiateur de l'info (N. Jacobs). France TV est toujours actif au niveau de la médiation.

L'arrivée des réseaux sociaux a-t-elle eu selon vous une incidence sur les postes de médiateur ?

L'arrivée des réseaux sociaux n'a pas entraîné une diminution du nombre des médiateurs, Cela n'a pas eu incidence du tout, ce sont 2 choses qui se complètent. Cf. fin de son rapport : « Ce serait une erreur de substituer le rôle du médiateur a des community manager : un rôle très important, ils travaillent ensemble. La démarche que l'on fait auprès d'un médiateur est d'une nature très différente. Il nous arrivait souvent que des téléspectateurs aient ces 2 démarches là ex : par le biais de Tweeter réagir en direct sur une émission politique par exemple pour donner leur avis et vont en même temps s'adresser au médiateur parce que là ils ont une question très précise et savent qu'une réponse pourra leur être apportée. La médiation c'est aussi un lieu d'échange, mais surtout un lieu de réflexion sur la fabrication de la médiation. C'est ce qui fait la différence, les réseaux sociaux c'est un lieu de parole, un lieu d'échanges spontanés. La médiation va au-delà de ça puisque l'évolution de la médiation aujourd'hui c'est justement sur cette réflexion partagée avec les lecteurs, les auditeurs, les téléspectateurs sur la fabrication de l'information sur les choix que l'on peut avoir et sur la démarche que l'on a les uns les autres d'être acteurs de son information.

Aujourd'hui les citoyens français s'informent par eux même plusieurs fois par jour partagent l'info. Et cela les rends d'autant plus curieux et intéressés sur qu'est ce qui fait que l'on fait tel choix qu'est ce qui nous amène à traiter l'actualité de telle façon et à travers les critiques qu'ils peuvent formuler il y a des attentes de dialogue et d'échanges.

La médiation est très différente en France par rapport au Canada par exemple

En France on est vraiment dans le « Dialogue, l'échange et partage »

On n'est pas là pour instruire des plaintes comme dans les pays Anglo saxons comme au Québec, où il y a des plaintes qui sont portées, le médiateur instruit la plainte. Il n'a pas le rôle d'échange et de dialogue, il n'y a pas d'émission.

Par exemple le médiateur de Sud-ouest organise des rencontres avec des lecteurs. La médiation en France vit comme cela.

Initier un poste de médiateur dans un organe de presse qui n'en a pas, c'est sans doute plus compliqué aujourd'hui de persuader un éditeur d'avoir un médiateur parce qu'il va vous dire on a les réseaux sociaux donc voilà cela nous suffit.

Aujourd'hui est-ce un luxe un atout en enjeu d'avoir un médiateur ?

Pour moi, c'est à la fois un atout un enjeu et un luxe. C'est quelque chose qui est indispensable et nécessaire. Encore plus vrai quand c'est dans un organe de presse de Service public.

Le lien qu'on avec les gens a qui on s'adresse est un lien particulier ; ils sont partenaires, coactionnaires à travers la redevance, il y a un lien qui se doit d'être encore plus fort avec les personnes à qui l'on s'adresse. C'est dans notre ADN.

Le poste peut être considéré comme un luxe financier parce que c'est consacrer un salaire à la médiation, pas vraiment ; Cela dépend des endroits dans certains pays se sont des gens qui ont quitté leur organe de presse qui sont de jeunes retraités qui font un rôle de médiateur.

La médiation est très différente d'un pays à l'autre mais l'esprit reste le même.

Renforcer le lien avec les gens avec qui on s'adresse. Alors qu'aujourd'hui chacun s'informe, chacun est noyé sous l'information, chacun partage l'information, chacun est acteur de l'information.

Cette réflexion-là est donc nécessaire, à chaque organe de presse d'en tirer les conclusions.

Il existe depuis un certain temps un climat de défiance, cela renforce-t-il la nécessité d'un médiateur ?

Le rôle du médiateur peut être un élément pour renforcer la crédibilité, mais ça ne va pas faire des miracles, mais ça peut être l'un des facteurs.

Concurrence entre l'instantanéité du numérique et recul sur la médiation ?

La médiation, c'est le recul, C'est une démarche très volontariste, on s'adresse à quelqu'un d'identifié. Par exemple il y a des blogs ou le contenu d'un message quand on les compare. Même si sur le fond l'observation est la même est très différente. Lorsque l'on s'adresse à un médiateur c'est beaucoup plus argumenté. Bien évidemment sur les réseaux sociaux c'est quelque chose qui est beaucoup plus impulsif. Les messages des téléspectateurs, réseaux de guetteurs, des récurrents dans leurs interventions. J'étais très admirative, de la réflexion menée par les téléspectateurs, elle n'aurait pas pu se formuler de la même manière sur twitter ou les réseaux sociaux. Par contre s'est formidable pour intervenir directement dans une émission, poser une question.

Le rôle du médiateur c'est aussi de faire vivre en interne la parole du téléspectateur. D'avoir ce contact, régulier, quasi quotidien avec les rédactions, pour dire ce qu'il se dit, ce qui est différent avec les réseaux sociaux.

Comment est organisé le réseau des guetteurs ? existe-t-il toujours ?

Cree il y a 6 ans. Oui c'est sur la base d'un volontariat total ; des gens à qui ont à proposer de rejoindre ce réseau, d'une part ils peuvent envoyer des messages. S'ils le souhaitent ils nourrissent une réflexion et nourrir le contenu d'une émission ; ils peuvent régir et a un moment influencer des choses.

C'est un lien constant avec un certain nombre de téléspectateurs qui se sentent intéressés concernés et qui ont envie que le dialogue s'installe.

Sur base du, ils peuvent être 2 mois sans relation. Volontariats obligés à rien.

400 à 500 personnes, groupe qui augmente régulièrement. Les verbatims sont retranscrits sur le blog de la médiation, ce sont des Paroles que l'on fait vivre sur le blog.

On pointe des téléspectateurs avec des téléspectateurs qui se sentent intéressés plus concernés, on leur explique. Spontanément s'ils ont quelque chose à dire ils peuvent décrocher leur téléphone ou envoyer un mail. Ils peuvent aussi participer aux émissions ; Nicolas a arrêté de faire venir des téléspectateurs a son émission, c'est son choix. Moi je le faisais.

Le conseil consultatif n'est pas une initiative de la médiation, Cela fait partie du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions. Remonte la fin mandat Marc Tessier.

Appel à candidatures via club FTV au début motiver sa candidature, puis une sélection est faite, 25 à 30 personnes qui se réunissent une fois par an à Paris. Ravis d'avoir participé à cette expérience et se rattache au réseau des guetteurs, une façon de prolonger ce qu'ils ont pu faire avant.

Le conseil consultatif des téléspectateurs est renouvelé tous les ans : implication très forte ils sont tenus de voir des émissions et d'amener leurs commentaires, cela débouche sur un rapport et des recommandations.

Médiatrice de 2004 à 2017 vous avez consacré pas moins de 120 émissions à la médiation. Aujourd'hui qu'en est-il ?

Pour l'instant une émission mensuelle se poursuit (la direction pourrait mettre en avant à un moment donné que le web pourrait être une fonction de repli). J'ai veillé à ce qu'elle soit maintenue après mon départ.

C'est au médiateur de concevoir l'émission, l'horaire n'est pas important (cela n'existe plus)

À la création de l'émission c'était le samedi matin à 10H, je préfère être à minuit et demi ; Aujourd'hui on regarde en différé. Replay, ou sur le site Votre TV et vous.

On a la chance que cette émission qui passe à la TV ne soit pas lettre morte, elle continue.

CR/ comment faire pour Ne pas confondre la médiation et le marketing éditorial, dans les médias ou pèsent des contraintes économiques ?

Là où il n'y a pas de médiateur, il y a une attention à la démarche marketing, c'est du copier-coller, ex décès Johnny Halliday. Pour la Chaîne info en continue, les mêmes choses, le contenu n'est pas diversifié. C'était déjà le cas avant, un défaut de paresse journalistique, quand vous zappez, tout le monde traite à peu près des mêmes thématiques. Cela est un marquage éditorial.

Les téléspectateurs du service public sont-ils plus exigeants ?

On a la grande chance d'avoir des gens en France beaucoup de gens attachés à la télévision de service public, ils ne disent pas il y a assez de chaînes, c'est pas la peine.

Ils y sont attachés même s'ils constatent que l'offre est différente, des documentaires à 20H30, des émissions plus exigeantes on les trouve sur service public même si on en déplore qq émission. Il y a une attente, une exigence, y compris dans le traitement de l'info. Si on tombe dans les travers de l'emballement médiatique, on est tout de suite rappelé à l'ordre ; on nous dit : « à non pas vous », « qu'est-ce que vous faites ? ».

Il y a une grande vigilance et c'est le travail du médiateur de relayer cette vigilance. L'évolution du contenu des journaux, des grands RDV de 20h qu'on pensait mort il y a 10 ans, en disant Internet c'est la mort du journal. Le RDV traditionnel des journaux reste encore le plus fort taux d'audience des chaînes et quand les chaînes veulent de la respectabilité elles se mettent à faire de l'info.

La fonction peut-elle devenir incertaine liée aux contraintes économiques des médias ?

Oui c'est une fonction qui est menacée.

D'autres organismes peuvent-ils jouer ce rôle ? pour ceux qui n'auraient pas de médiateur. Que pensez-vous d'un conseil de presse ?

Un conseil de presse c'est une fonction importante mais ce n'est pas parce qu'il y aurait un conseil de presse qu'il ne doit plus avoir de médiateurs ; Cela ne remplace pas la médiation. La médiation peut éviter les plaintes devant le conseil de presse.

2 choses différentes

Un conseil de presse qui veille à l'éthique et à la déontologie s'inscrit dans la même démarche que la médiation.

Des postes en perte de vitesse ?

Alors qu'ils ont été très en pointe, aux Etats Unis, la presse a été dans situation de délabrement total. Par contre NY times ont remis à l'honneur le rôle du médiateur. Les journaux qui ferment, la presse qui se rétrécit cela impacte les postes de médiateurs. Par contre développement dans les pays d'Amérique centrale et Amérique du sud. ONO organisme international des médiateurs pays Anglo saxon et Europe du nord. Les français n'appartiennent pas à l'Ono

Quel avenir pour le médiateur ?

La médiation, Cela dépend comment elle s'exerce ; si le médiateur se fait procureur vous ne faites rien avancer du tout. L'intérêt de la médiation, c'est d'une part d'avoir à la fois cette Faculté d'écoute et d'échanges avec les téléspectateurs et aussi de se faire entendre en interne ; il y a peut-être eu a une époque un travers de se prendre pour le grand gardien de la déontologie. Le médiateur c'est un passeur, qqn qui amène a s'interroger à réfléchir et à faire évoluer le traitement de l'info. Ce rôle d'écoute d'échanges de dialogue est complètement inscrit dans l'évolution des comportements que nous avons à l'égard des réseaux sociaux de notre approche de l'info ;

La médiation doit s'inscrire dans l'écoute la réflexion le partage et non pas le jugement abrupt et a priori.

Annexe 7 : Charte de Munich 1971

Déclaration des devoirs et des droits des journalistes

Préambule

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

Ce droit du public de connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.

La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulés ici.

Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journaliste que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la dignité professionnelle sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

Déclaration des devoirs

Les devoirs essentiels du journaliste, dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements, sont :

- 1) respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître ;
- 2) défendre la liberté de l'information, du commentaire et de la critique ;
- 3) publier seulement les informations dont l'origine est connue ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents ;
- 4) ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents ;
- 5) s'obliger à respecter la vie privée des personnes ;
- 6) rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte ;
- 7) garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement ;
- 8) s'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation, les accusations sans fondement ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information ;

9) ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ;

10) refuser toute pression et n'accepter de directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction.

Tout journaliste digne de ce nom se fait un devoir d'observer strictement les principes énoncés ci-dessus ; reconnaissant le droit en vigueur dans chaque pays, le journaliste n'accepte, en matière d'honneur professionnel, que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre.

Déclaration des droits

1) Les journalistes revendiquent le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception en vertu de motifs clairement exprimés.

2) Le journaliste a le droit de refuser toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de son entreprise, telle qu'elle est déterminée par écrit dans son contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.

3) Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou sa conscience.

4) L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise.

Elle doit être au moins consultée, avant décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion de journaliste.

5) En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant sa sécurité matérielle et morale ainsi qu'une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique.

Munich, 1971

Annexe 8 : Membres du club des médiateurs de presse

Pour des raisons de droits, la page 66 a été retirée de la version diffusée en ligne.

Annexe 9 : Lettre de Jérôme Bouvier novembre 2014

Départ de Jérôme Bouvier : Lettre publiée en novembre 2014 sur « Espace public » Radio France

CONFIANCE !

Chers auditeurs,

Voici cinq ans que j'exerce la fonction de Médiateur des radios de Radio France.

Cinq années à essayer de porter au mieux votre parole auprès des journalistes, des producteurs et des dirigeants de Radio France.

Cinq années à convier les professionnels qui font vivre nos antennes à vous répondre. À vous exposer leurs façons de travailler, leurs choix, leurs exigences, leurs passions, leurs contraintes, leurs erreurs parfois.

Cinq années d'un dialogue forcément imparfait ! Vous trouvez que la prise en compte de vos critiques n'est pas à la hauteur de vos exigences. Tandis que les journalistes et les producteurs qui mettent tout leur cœur à vous informer ou vous distraire, trouvent ces critiques souvent bien sévères. Violentes et injustes parfois.

Au milieu de tout cela, le Médiateur. Forcément imparfait lui aussi. Forcément suspect de n'être là que pour défendre son entreprise. Forcément perçu en interne comme le petit télégraphiste de tout ce qui ne va pas. Pas assez bien !

A l'heure d'un grand capharnaüm numérique qui transforme trop souvent les espaces de débat en déversoir des eaux-vannes de notre quotidien, c'est l'honneur du Service Public de la Radio que d'essayer de faire vivre cette médiation.

Tant de ces courriels ne seraient pas écrits si tristement si leurs rédacteurs avaient la certitude d'être lus ! Et pourquoi pas entendus ?

Pendant ces cinq années, nous n'avons pas toujours été d'accord, mais vous avez pu au moins avoir la certitude d'être lus. D'être écoutés aussi, je crois pouvoir l'affirmer. Avec cette maxime qui m'a souvent servi de guide : « *Ecoutez nos auditeurs pour mieux les faire entendre* »

Sans confiance, nos médias ne sont rien !

A quoi servons-nous si le nécessaire lien de confiance entre les journalistes et leurs publics est rompu ? Il suffit de vous lire pour voir à quel point cette confiance est aujourd'hui mise à mal.

Pour préserver cette confiance, pour la restaurer, il faut du travail, de la rigueur, de l'indépendance, de l'honnêteté, de la liberté, de l'irrévérence si nécessaire, de cette curiosité en tous cas qui éloigne des vérités moutonnières...

Il faut tant de choses en fait pour justifier ce bonheur renouvelé qui fait que, chaque matin, vous ayez toujours envie de nous écouter pour vous aider à forger vos choix dans le monde tel qu'il va.

Pas de confiance sans dialogue

A toutes ces vertus, il faut ajouter la nécessité d'un vrai dialogue. Un dialogue qui soit capable de gommer ce zeste d'arrogance que vous nous attribuez parfois à juste titre. C'est à ce dialogue là que je me suis modestement attaché. Merci à vous de tout ce que vous y avez apporté.

Pendant ces cinq années, j'ai eu le bonheur de bénéficier de la liberté et de l'indépendance sans laquelle il n'est pas de médiation possible. Le sentiment énergisant de parler une même langue, de partager une même passion pour la radio et le journalisme avec celui, avec ceux, qui m'ont confié cette fonction. Au moment de partir pour de nouveaux projets, je peux témoigner que ce sont là des valeurs rares et fragiles.

Cette liberté, cette indépendance et cette confiance nous ont permis bien des choses : La création de cet Espace Public, grâce au concours quotidien de Catherine Cadic et de Jacqueline Lipson que je veux ici remercier pour leur formidable travail ; l'inscription naturelle de la médiation à l'antenne ; nos grandes enquêtes auxquelles vous avez bien voulu participer par milliers, (sur le travail, sur la relation franco-allemande, sur les valeurs et l'engagement) ou la création encore du « Mot de la semaine », combat partagé avec bon nombre d'entre vous, combat sans cesse recommencé en faveur de la langue française. Sans oublier en interne, l'élaboration d'une Charte Ethique qui ne demande plus désormais qu'à être adoptée.

Le Médiateur me direz-vous n'a pas su vous préserver des campagnes de pub qui ne vous mettent pas en joie ! Il n'a pas empêché que des journalistes ou des animateurs que vous aimiez soient invités à quitter l'antenne ! Il n'est pas celui qui décide, mais celui qui transmet.

La Maison de la Radio est la plus belle des maisons. Les dizaines de milliers de professionnels qui l'ont bâtie au fil des décennies ont trouvé leur bonheur à la servir. J'y ai trouvé le mien.

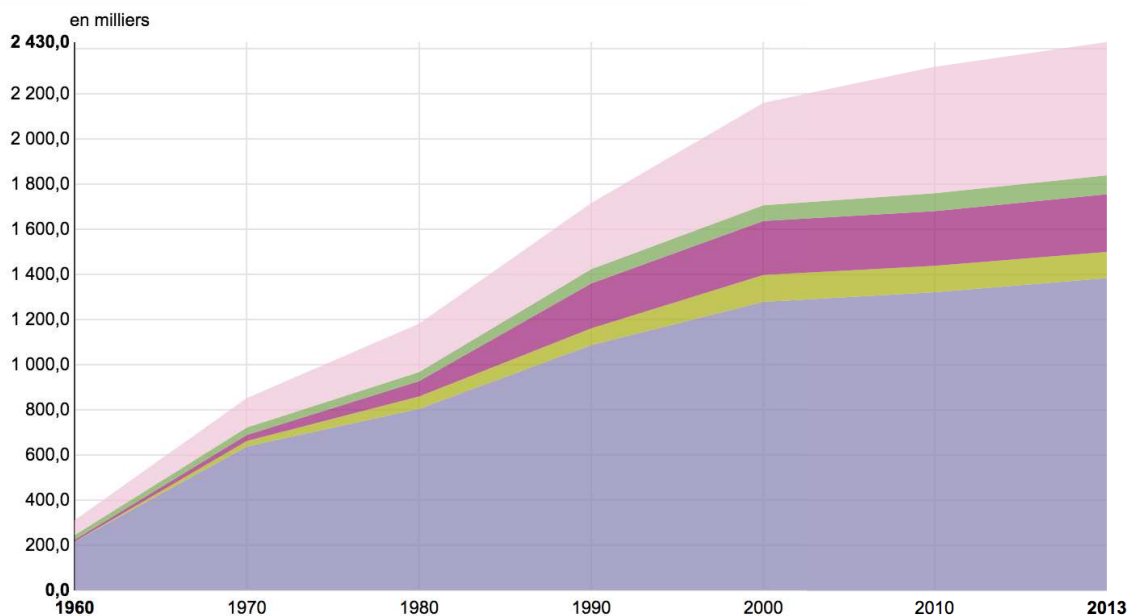
Avec votre exigence maintenue, chers auditeurs, je vous souhaite de tout cœur d'y trouver le vôtre longtemps encore.

Merci. Et bonne radio à vous !

Jérôme Bouvier

Annexe 10 : L'état de l'Enseignement supérieur et de la Recherche en France n°10 - Avril 2017- Les étudiants inscrits dans l'enseignement supérieur depuis 1960 (en milliers) DAUPHIN Laurence.

08.04 les étudiants inscrits dans l'enseignement supérieur depuis 1960 (en milliers)



? Universités hors IUT IUT (Université) STS CPGE
 Autres établissements et formations

Source : [MENESR-DGESIP/DGRI-SIES](#)

Champ : France métropolitaine + DOM.

Télécharger : Intégrer : Partager :

Résumé :

Ce mémoire a été écrit à une période charnière dans la relation entre les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs et les médias. Les échanges sont de plus en plus tendus entre le public et les journalistes dans un climat de défiance qui s'est installé.

Certains médias disposent de « médiateur de l'information » qui régulent ces relations entre les usagers et la production des journalistes.

L'ère numérique, avec la montée en puissance du « Digital first » représente une révolution d'une ampleur incomparable avec de changements importants dans l'organisation et la production du marché médiatique.

Le médiateur est confronté à la multiplicité des supports pour un même média (support historique et sites Web, plus réseaux sociaux) et les nouveaux métiers du numérique comme le community manager pourraient bien remettre son poste en question.

Une période difficile pour les médiateurs, qui dans un contexte économique contraint pour les médias risquent de voir leur nombre encore diminuer.

Ces postes de médiateurs sont pour l'instant en France, un dès seul outil d'autorégulation des médias. Si le médiateur ne se réinvente pas version 2.0, qui exercera cette interface nécessaire au bon fonctionnement du débat démocratique dans ce lien qui unit le public à son média ?

En portant de nouvelles initiatives, comme l'éducation aux médias et le décryptage de l'information qu'il peut proposer à l'utilisateur, le médiateur redonne ainsi toute sa légitimité à la fonction. De fait il explique et commente l'offre pour lui redonner du sens et recréer la confiance avec le public.

Mots-clés :

- Médiateur
- Médiation
- Autorégulation
- Public
- Journaliste
- Numérique
- Information
- Community manager