



francetélévisions

Médiatrice pour les programmes

Geneviève Guicheney

rapport annuel 2001

**trois ans
à l'écoute des téléspectateurs
— bilan et perspectives —**

Le 30 mai 1933 une loi instaure en France la redevance. Elle ne concerne que la radio. La télévision hoquette encore dans les laboratoires. Deux ans et demi plus tard, le 16 novembre 1935, *Le Figaro* salue la présentation officielle de la télévision en ces termes : « La salle où évoluent les acteurs ressemble en moins vaste à un studio de cinéma. Même éclairage intensif, même chaleur, même silence obligatoire. La toile de fond est un grand rideau blanc : de part et d'autre d'étranges cheminées sortent du sol, elles envoient de l'air froid qui rend supportable la température de la pièce.

La caméra de prise de vues, qui est placée dans la salle voisine du studio, est séparée de ce dernier par une grande glace pour que le bruit de son moteur n'impressionne pas le micro.

A côté, voici un appareil récepteur pour le contrôle. Une image de 21 cm sur 18 s'y inscrit au fond d'une chambre noire. C'est une reproduction fidèle et très nette de l'acteur qui tient la scène à côté. La télévision est définitivement sortie de la période des tâtonnements. »¹ Emporté par l'enthousiasme l'auteur de l'article ne précise pas la définition modeste de l'image : 180 lignes.

30 juillet 1949, la redevance est étendue aux téléviseurs. Début 1950, il y a 3974 postes de télévision en France. 1^{er} janvier 1954, le journal télévisé est fixé à 20 heures, 1% des ménages français possède un téléviseur. En 1964, ils sont 39,3%.

La couleur apparaît le 1^{er} octobre 1967. Un an plus tard, le 1^{er} octobre 1968, les premières publicités de marques sont diffusées sur la première chaîne.

7 août 1974 : éclatement de l'ORTF², créé dix ans plus tôt. Il regroupait toutes les chaînes de radio et de télévision publiques. L'ORTF éclate en sept sociétés, Radio France, TF1, Antenne 2, FR3, la SFP, TDF et l'INA. La publicité est plafonnée à 25%. Des cahiers des charges définissent les missions de chaque société. En 1978 la redevance radio est abrogée. Ce qui n'empêche pas Radio France de recevoir sa part de la redevance uniquement acquittée par les possesseurs de téléviseurs. En d'autres termes, ceux qui n'ont que la radio n'ont rien à payer. 29 juillet 1982 : suppression du monopole et création d'une instance de régulation, la Haute Autorité de la communication audiovisuelle, remplacée en 1986 par la CNCL, Commission Nationale de la Communication et des

En 1950, il y a 3975 postes de télévision en France

1 - in L'aventure du XX^e siècle, Hachette, 1986, p 137.
2 - Office de Radiodiffusion Télévision Française.

Libertés, elle-même remplacée en 1989 par le CSA, Conseil supérieur de l'audiovisuel.

4 novembre 1984, lancement de Canal Plus, première chaîne privée, cryptée. 23 février 1987, naissance de M6 (la toute récente TV6, attribuée à la CLT), et de la Cinq, attribuée au tandem Hersant - Berlusconi. 4 avril 1987, privatisation de TF1, attribuée au groupe Bouygues. 31 décembre 1991, la Cinq annonce son dépôt de bilan. 12 avril 1992, après cinq ans, elle cesse d'émettre. Avril 1991, naissance d'Arte. Le 28 septembre 1992, Arte est diffusée sur le cinquième réseau. Le 7 septembre 1992, les chaînes publiques prennent le nom de France Télévision, Antenne 2 devient France 2, FR3 devient France 3. Décembre 1994, lancement de la Cinquième, diffusée dans la journée sur le cinquième réseau, avant les programmes d'Arte. A tout cela s'ajoute la possibilité de recevoir, à titre onéreux, les programmes du câble et des satellites, bientôt du numérique hertzien.

Août 2000 : naissance du groupe France Télévision.

2001 : pour la première fois, l'État signe, avec la télévision publique, un contrat d'objectifs et de moyens pour une durée de cinq ans. Pour la première fois aussi, France Télévision, comme Radio France, a un président nommé pour cinq ans.

La redevance est cette année de 114,49 euros (751 francs).

Ces quelques dates et chiffres jalonnent l'histoire de la télévision en France sans la tracer. Ils dessinent les contours de ce que l'on appelle le paysage audiovisuel français. C'est si succinct qu'il convient d'entourer chaque date de tous les éléments qui l'ont nourrie, et de combler les espaces pour faire de cette histoire ce qu'elle est, une histoire politique, humaine, artistique, industrielle et singulière entre toutes. Rien ne ressemble à la télévision. Images du monde au cœur des foyers, porteuses d'émotions, de connaissance, de découverte, de rencontre, d'apprentissage, d'ouverture.

En instaurant la redevance, les pouvoirs publics ont créé entre les habitants de ce pays et la télévision publique, le lien le plus direct qui soit. Il y a beau temps que les téléspectateurs ont oublié les tenants et aboutissants de l'histoire de la redevance. Peu nombreux sont ceux qui savent qu'en France elle est une des moins chères d'Europe, 751 francs soit 114,49 euros cette année (1000 francs soit 152,45 euros en Grande-Bretagne, 1200 francs soit 182,94 euros en Allemagne, 1700 francs soit 259,16 euros au Danemark). On dit, mais nous n'avons pu le vérifier, que lors de son instauration, le montant de la redevance avait été aligné sur celui du timbre-poste, à l'époque l'équivalent de deux francs par jour. Il coûte aujourd'hui trois francs, soit un tiers de plus. Depuis le nombre de téléviseurs a certes augmenté, mais le nombre de chaînes aussi, les

horaires se sont étendus, et les coûts de fabrication ne cessent de croître.

Les téléspectateurs retiennent de tout cela que leur rôle est d'abord celui de bailleurs de fonds. Mais ensuite ? Quels sont leurs droits ? Quels moyens ont-ils de faire connaître leur attente à l'égard de la télévision publique ? On ne peut pas arguer, comme on le fait parfois, que les téléspectateurs mélangent tout et ignorent ce que finance la redevance. Les ménages ne font pas un chèque de ce montant sans s'interroger sur sa destination.

France Télévision s'est dotée depuis trois ans de médiateurs, désignant ainsi aux téléspectateurs des interlocuteurs, à leur écoute. En trois ans le courrier a connu une croissance exponentielle. En 1999, la médiatrice a reçu 2476 messages électroniques. En 2000, 24 407 messages électroniques et 915 lettres. En 2001, nombre de messages électroniques partiellement indisponible, pour des raisons techniques de surcharge de la messagerie inadaptée à de tels volumes. En juin le nombre de mails atteignait 11 100. Nombre de lettres en 2001 : 885. Ils ne relevaient pas tous de son intervention mais ils lui ont été adressés, faute d'autre interlocuteur. Cette question conduit à une autre, cruciale dans les relations avec les téléspectateurs : celle de la pertinence opposée au nombre. Ou encore le courrier face à l'audience.

En 2000 :
24 407 messages
915 lettres

En créant la médiation, France Télévision assume la difficulté et décide de se mettre à l'écoute de cette parole. Laquelle se heurte à la loi du nombre. Que pèsent quelques courriers, par dizaines ou centaines, à côté de l'audience, par millions que dès le lendemain matin, les appareils enregistreurs laisseront tomber comme un verdict ? Il est tentant, quelle qu'en soit la pertinence, de les ignorer car la loi du nombre leur est défavorable, sans parler de la loi de la représentativité. Et pourtant, on ne peut pas ignorer des propos qui mettent le doigt sur quelque chose qui à l'examen se révèle juste. Il est clair que le succès d'une émission se traduit par son audience. Mais pas seulement : c'est là que les difficultés commencent.

En créant la médiation n'a-t-on pas installé un paratonnerre qui va attirer la foudre ? Il ne crée pas l'orage, il est là pour en canaliser les effets. Les téléspectateurs n'ont pas attendu les médiateurs pour écrire. La nouveauté est que France Télévision dit publiquement : nous vous écoutons, votre parole est légitime. Sans pour autant entamer la responsabilité éditoriale, qui ne se délègue pas, et sans se laisser entraîner là où on ne veut pas. Écouter les téléspectateurs ne veut pas dire travailler sous influence, mais tenir compte de ce qui se dit, ce qui ne signifie pas s'y soumettre. Les téléspectateurs n'ont pas forcément raison, mais ils n'ont pas non plus forcément tort.

Le bilan qui est fait ici reflète trois années de fréquentation quoti-

L'opinion n'est pas une tyrannie

dienne directe des téléspectateurs à travers leurs courriers, de plus en plus abondants. Le développement des messageries électroniques joue dans ce domaine un rôle considérable. L'époque aussi, qui fait une place de plus en plus grande à l'opinion qui demande à s'exprimer et qui utilise pour cela tous les moyens disponibles. Les entreprises prennent maintenant en compte *le risque d'opinion*³. « L'opinion n'est pas une tyrannie. Les règles qu'elle pose, pour autant que l'on en comprenne les logiques et les fondements, offrent au contraire toutes sortes de ressources à l'entreprise pour progresser, dans tous les domaines. L'opinion est un risque, mais un risque neutre en soi : positif ou négatif selon qu'il aura été bien ou mal géré. » L'auteur évoque « le comportement machinal, c'est à dire le comportement ou l'attitude dictés par sa seule logique propre, ignorant le regard ou la logique de l'autre. L'opinion est ce lieu de l'autre. »⁴

L'autre pour la télévision, c'est le téléspectateur.

Qui sont les téléspectateurs ? Tout le monde. Chacun, à un moment ou un autre, est, peut être un téléspectateur. Ce n'est ni un métier, ni un état, ni une condition sociale. C'est une activité. Elle a ceci de particulier qu'elle s'exerce dans la sphère privée, dans l'intimité du foyer. Le monde y fait irruption sous la forme d'images et de son, ce qui fait de la télévision un système de représentation et à ce titre soumis à toutes les interprétations.

Comment cependant identifier les téléspectateurs ? On semble avoir trouvé une téléspectatrice de référence : la ménagère de moins de cinquante ans. Certains programmes sont faits sur mesure pour elle. Cependant, l'examen de la « structure d'audience » montre que des hommes, des enfants, des grisonnants, ont cru pouvoir regarder le programme destiné à cette mystérieuse femme. Ils ont sans doute bien fait. Mais alors qui est-elle si n'importe qui peut en tenir lieu ? Elle est sans doute une sorte de lieu économique et social, correspondant à des habitudes de consommation, des modes de vie, des moyennes. Le terme est piquant à l'époque du post-féminisme et de la parité. Entre les statistiques et ce type de profil, on comprend la perplexité des téléspectateurs qui se demandent à qui on s'adresse exactement.

De vraies gens, avec de vraies vies

La réalité c'est que les téléspectateurs sont de vraies gens, avec de vraies vies, dont nous ne savons rien sur le moment, en effet, que ce qu'en disent les statistiques. On affine les études, on découpe en tranches d'âge, en tranches sociales, mais on est loin de la réalité en termes de réception, tout simplement parce que d'autres facteurs que ces profils entrent en ligne de compte dans la manière dont la télévision est reçue.

3 - *Etre à l'écoute du risque d'opinion*, J.-P. Baudoin, Editions d'Organisation, 2001, p 2.
4 - *ib.*, p 3.

Les chaînes peuvent maîtriser de A à Z les conditions d'élaboration, de fabrication, d'agencement, de diffusion des programmes. Les conditions de réception lui échappent totalement.

Le téléspectateur est un être humain, à ce titre il est subjectif. Il n'entre pas dans les raisons de la télévision, mais dans les siennes pour regarder, apprécier, évaluer un programme. Pour évaluer les mêmes programmes, la télévision dispose de chiffres d'audience, du courrier des téléspectateurs, des critiques de la presse, des réactions exprimées ici ou là émanant de tel ou tel. Il existe des critères, consensuels, ceux que fixe la loi, interprétés par l'instance de régulation qui jugera que tel ou tel programme déroge aux obligations admises comme satisfaisant à l'intérêt général.

Regarder la télévision : une activité individuelle, personnelle

S'il revient aux pouvoirs publics, à la représentation nationale de veiller, dans ce domaine comme dans d'autres, à l'intérêt général, d'y inclure ce que la société admet comme règles communes pour arriver à vivre le mieux possible ensemble, la télévision ne fait que rencontrer des intérêts particuliers. Regarder la télévision est une activité individuelle, personnelle.

Ont-ils un chagrin d'amour ?

L'impact de la télévision, objet de toutes sortes d'études, plus savantes les unes que les autres, se heurte au mur de la subjectivité, de la relativité, de l'impressionnisme, de l'émotion, du vécu, du ressenti. Comment savoir, si précis et bien intentionné que l'on soit, dans quelles conditions les téléspectateurs, au cœur de leur foyer, dans leur vie privée et intime, reçoivent le programme qui leur est offert ? Sont-ils contents, de bonne humeur, en colère, tristes, désœuvrés, jeunes, vieux ? Ont-ils un chagrin d'amour ? Leur collègue de travail a-t-il été odieux ? Les enfants ont-ils fait leurs devoirs ? Ont-ils téléphoné à la grand-mère seule chez elle ? Tout cela échappe à la télévision. Elle ne peut pas le savoir. Doit-elle pour autant renoncer ? Non, bien sûr mais elle a choisi d'en tenir compte.

Les téléspectateurs au centre du dispositif

C'est tout l'enjeu de la médiation et plus généralement du choix de mettre « le téléspectateur au centre du dispositif ». C'est lui l'allié le plus sûr de la télévision publique.

Les téléspectateurs le disent à leur façon. Leur vocabulaire n'est pas celui des professionnels, c'est le leur. A nous de le décoder.

L'attente est à la mesure de la participation. Les téléspectateurs remettent peu en cause la redevance en tant que telle mais écrivent par exemple : « Je ne paie pas ma redevance pour voir ÇA », ou bien : « A quoi sert notre service public, c'est notre bien il me semble. Nous ne sommes même plus respectés. A quoi sert notre redevance ? », ou encore : « Vous avez de la chance que la redevance soit obligatoire, car ça fait un moment qu'on ne la payerait plus. Si les choses pouvaient changer. », ou enfin : « Le seul problème qui me gêne, c'est que c'est avec notre argent que vous faites tourner votre télé. J'ai vraiment peur de ce que la télé est en train de devenir, et spécialement la chaîne du service public...

A vous de me faire changer d'avis, et c'est mon souhait le plus cher. ». Ils disent souvent « ma » redevance. Ils pourraient tenir le même raisonnement à l'égard des chaînes commerciales, qu'ils financent de manière indolore en faisant leur marché. A les lire, à les entendre, l'attente n'est pas la même. Du privé ils disent n'attendre rien d'autre que les programmes diffusés. Du service public ils attendent beaucoup plus, autre chose, dans l'ambivalence et la tolérance. C'est « leur » télévision, les courriers et mails cités plus haut disent l'attachement en même temps que l'inquiétude. Ils attendent une diversité d'offre, une attention particulière dans la manière de traiter l'actualité, les questions de société. Ils attendent plus et aussi moins : moins de spectaculaire, moins de programmes « racoleurs », moins de sacrifices aux résultats d'audience. Les téléspectateurs détestent être pris au piège de l'audimat, instrument de mesure de l'audience dont le nom est passé dans le langage courant. Ils en font souvent la remarque dans leurs courriers à propos de programmes qui leur ont déplu ou qu'ils n'ont pas trouvés à leur place sur une chaîne publique. Ou bien lorsqu'une séquence leur a paru « sacrifier » à l'audimat.

On devrait pouvoir compter sur les chaînes publiques

— « On devrait pouvoir compter sur les chaînes publiques pour avoir d'autres soucis que le Saint Audimat. Pourquoi ne pas diffuser à trois heures du matin tant que vous y êtes ? Merci encore de tenir SI BIEN compte de l'ensemble des téléspectateurs ! ». *Catherine S.*

D'autres méthodes

— « J'aimerais tant que le service public travaille avec d'autres méthodes que celles du marketing et donc de l'audimat.(...) . Si j'ai pris cinq minutes pour vous écrire c'est que étant retraité, je dispose de plus de temps que les personnes actives, mais je peux vous dire que la plupart des personnes que j'ai rencontrées partagent cette opinion. » *Jean-Pierre J.*

— « Je paie ma redevance tous les ans et j'ai honte qu'une partie de l'argent que je donne soit consacrée à produire une émission aussi basse » *Josiane M.*

— « Je paie une redevance qui nous est volée pour des programmes médiocres, oui, médiocres. » *Bernard P.*

Lorsqu'ils pensent que la télévision publique est menacée ou injustement attaquée, ils n'hésitent pas à prendre la plume ou le clavier pour la défendre. Ainsi, en réaction à la campagne d'une association, des téléspectateurs ont pris l'initiative d'écrire à la médiatrice ou directement à l'association pétitionnaire.

— « Votre richesse vient de la diversité des sujets, l'éclectisme des reportages. Continuez ainsi. » *Michel L.*

— « En tant que sincère défenseur des programmes de service public, je m'élève contre les campagnes de dénigrement aux relents nauséabonds » *Docteur Évelyne P., Meximieux (Ain).*

— « Étant pour la liberté de chacun, je ne vois aucune immoralité dans vos émissions, mais seulement de l'éducation, ce qui est votre rôle. Je ne souscris pas aux réclamations-interdictions. » *Claude P de C . Paris 17ème.*

Je tiens
à exprimer mon
soutien à France 2 et
France 3

— « Derrière la critique de certains programmes (qui me déplaisent parfois aussi), il y a la volonté d'imposer une doctrine d'intolérance, donc avilissante. Je tiens à exprimer mon soutien à France 2 et France 3. Pour votre info : j'ai presque 70 ans. » *Mme Annik W.D., Garches.*

Je m'adresse
à vous pour
vous encourager

— « Madame, Je m'adresse à vous pour vous encourager, ainsi que vos collègues, à opposer aux intégristes anti-expression d'autres arguments.

Je suis dans le camp adverse, mais condamné au silence car comme beaucoup d'autres Français, nous ne faisons pas de pétitions. Les journalistes de la télévision ne traitent qu'une infime proportion de Français rétrogrades et intégristes, donc ignorants.

En revanche je ne suis pas satisfait des télévisions (toutes) sur les points suivants :

- saturation des programmes de bandes dessinées au même moment et souvent dans la journée. C'est un appauvrissement en profondeur des jeunes téléspectateurs (...)

- émissions amORALES ou immORALES banalisant l'égoïsme et la méchanceté

- beaucoup trop de rediffusions

- trop de publicité (en temps et en nombre)

Mon souhait : plus d'émissions éducatives de bon niveau.

Enfin oui, pour toutes vos émissions d'information, vos documentaires et vos magazines.

Regrettant de ne pas m'exprimer sur ces sujets plus souvent (...) »

Henri H. 78640 Neauphle le Château.

Publicité
et redevance

Le double financement, par la redevance et la publicité, leur pose quelques problèmes. Les fameux « tunnels de publicité », dus en grande partie à la non-interruption des programmes par des écrans publicitaires, a valu nombre de courriers. Ils sont moins nombreux depuis un an.

— « J'ai payé cette année la redevance télévision, obligatoire, pour avoir accès au panel audiovisuel France 2, France 3 et Arte. Je me pose la question : Où va l'argent ? Les autres chaînes sont privées et ne bénéficient pas de financement comparable. Là où je ne suis pas d'accord c'est que France 2 en particulier passe un nombre incalculable de publicités. Rien qu'au moment où j'écris ce mel j'ai eu 10 minutes de publicité elles-mêmes entrecoupées d'autos-promos qui restent quand même de la pub. Ce n'est pas possible de se foutre de la gueule des gens de cette façon. Clairvoyance ou paranoïa. Éclairez-moi. » *Erwan C., mel.*

— « Je viens de recevoir la redevance TV. Jusque là rien d'anormal, sauf si ce n'est que je m'étonne très fortement sur le besoin réel de cette taxe. En effet je suis très surpris, voire même un peu énervé, de voir que vous, France 2 et France 3 passez plus de publicité (ou alors pareil mais là je ne suis pas sûr) que la chaîne privée la plus regardée de France : TF1. Je me rends compte à quel point vous nous prenez pour de gros Nases. » *Philippe G., mel.*

Le même après une information chiffrée sur les ressources de l'audiovisuel public :

— « Laissons le libre financement des chaînes ou alors augmentons fortement la redevance, mais alors, plus une goutte de publicité. Je pense qu'il sera bientôt temps de faire une réelle réforme et arrêtons de vouloir concilier la méthode où tout le monde doit payer (genre communisme), avec la méthode où l'argent est le moteur indispensable (genre capitalisme). Enfin, ma petite doléance ne fera sûrement pas avancer le sujet mais il est vrai que c'est quand même très agréable de pouvoir vous l'exprimer. » *Philippe G., mel.*

Le temps est révolu où l'on pouvait croire que seuls écrivaient les désœuvrés, les fadas, les râleurs impénitents, ou les procéduriers qui écrivent à la terre entière. Il en reste quelques uns mais c'est une infime minorité. Les téléspectateurs, depuis le temps que la télévision existe, l'ont intégrée à leur vie, comme source d'information, de distraction. Ils ont acquis une sorte d'expertise et ne s'en laissent pas conter.

— « Le téléspectateur est souvent mieux informé et plus pointu sur ses programmes préférés que vous ne semblez le croire. » *F.F., mel.*

Loin de ne prendre la plume ou le clavier que pour pester, ils prennent la peine de dire leur satisfaction.

— « Merci pour ces deux heures de pur bonheur, un reportage qui va droit au coeur. Je vous remercie de faire part de mes félicitations aux personnes qui ont eu l'idée de programmer cette extraordinaire histoire. Amicalement et continuez ainsi. » *Régis N.*

— « Enfin, la grande chaîne de service public propose des programmes originaux, comparés aux éternelles niaiseries des variétés, programmées pour faire de l'audience face à la concurrence. Mes enfants ont également beaucoup apprécié cette émission. » *Fabrice C., mel.*

Un grand bravo

— « Un grand bravo pour ce documentaire. » *Véronique G., mel.*

— « Ce documentaire m'a appris beaucoup et pourtant je pensais en connaître beaucoup. » *Olivier H., mel.*

Merci

— « Merci pour ces images et je félicite les hommes et les femmes qui ont travaillé pour que ce document soit monté. Ce soir j'ai une profonde pensée pour tous ces gens morts à cause de quelques hommes fous de pouvoir. Merci encore. » *Martine M., mel.*

Et cette dame, dont on n'attendait rien, sinon qu'elle soit contente du programme :

Je vous devais
ce message

— « Madame la Médiatrice, je vous devais ce message. Hier soir j'ai regardé le téléfilm, décidée à ne rester que dix minutes et à en dire du mal. Non seulement je suis restée jusqu'au bout, mais mon point de vue a changé. Je comprends mieux maintenant la situation. Je ne vois plus les choses de la même façon. Voilà pourquoi je vous devais ce message. Je suis mère de famille, j'ai quarante ans » *Nadine J. Lyon, mel.*

— « Je tiens à vous féliciter chaudement, ainsi que l'équipe qui l'a réalisé, pour ce documentaire sur l'accouchement. Je l'ai trouvé très modéré, tout en faisant passer un message qui correspond à une attente de parents de plus en plus nombreux. J'ai aussi été séduite par la grande qualité de toutes les personnes interrogées. Ne pourriez-vous pas rediffuser cette émission à une heure de grande écoute afin d'en faire bénéficier un maximum de futurs parents ? » *Sylvie F., mel.*

— « C'est avec grand plaisir que j'ai regardé cette émission. La télévision est le média le plus puissant actuellement. Vous contribuez à la diffusion de l'information. » *Marie-Christine N., mel.*

— « Cette missive électronique restera pour moi une grande première. Je n'ai jamais pris la plume (ou le clavier) pour louer une émission (et je peux vous dire que du haut de mes 23 printemps, j'ai vu moult émissions, mon poste de télé m'ayant presque donné le sein). Aujourd'hui je me décide pour vous féliciter. Donnez la recette aux grands chefs des autres chaînes, afin d'avoir dans nos assiettes cathodiques autant de mets raffinés que celui-ci. (...) Une téléspectatrice ravie, tout simplement. » *Audrey A., mel.*

— « Avant tout je tiens à remercier toute l'équipe et surtout le réalisateur. C'est la première fois que je vois une émission qui traite ce sujet en donnant l'information telle qu'elle est et sans prendre le côté de l'un ou de l'autre, en laissant les téléspectateurs analyser eux-mêmes et tirer la vérité. Pour cela merci. Une remarque cependant : (suit une critique sur un point laissé dans l'ombre selon lui) Je ne suis pas ici pour vous juger mais pour attirer votre attention. Merci. » *Hakim O., mel.*

— « Nous tenons à vous remercier pour cet excellent téléfilm. Comparé à la platitude des programmes qui s'étalent dans tous les magazines, cette œuvre de qualité nous a donné envie de rallumer notre téléviseur. C'est à tout à l'honneur du service public de faire découvrir différents aspects de notre vie. Merci encore. » *Famille D., mel.*

— « Faisant partie des « râleurs » qui savent dire la télé diffuse beaucoup de c... , permettez-moi, cette fois-ci, de vous féliciter pour la diffusion de ce film. Bravo ! » *Vincent d'A., mel.*

— « J'ai vu sur le site de France Télévision que vous étiez la médiatrice des programmes. Je ne sais pas si votre mission consiste aussi à recevoir les félicitations et les doléances des téléspectateurs, mais j'avais une envie énorme de vous dire que j'ai particulièrement aimé le téléfilm d'hier soir » *Marie L., mel.*

C'est tout
à l'honneur
du service public

Ce qui fâche

Après ces débuts encourageants il faut bien en venir à ce qui fâche. Rôle ingrat de la médiatrice qui doit rendre compte de tous les propos, le but étant que l'écoute fasse qu'il soit apporté les remèdes adéquats quand cela est possible.

Les retards

La plainte majuscule, répétitive, inlassable, concerne le non-respect des horaires. Cela met les téléspectateurs en rage, singulièrement ceux qui programment leurs magnétoscopes pour les émissions de fin de soirée.

Quand et
à quelle heure ?

— « J'ai programmé mon magnétoscope pour enregistrer cette émission. Malheureusement l'heure de lancement n'a pas été respectée pour cette diffusion tardive. Heureusement la chaîne, composée de responsables intelligents, professionnels et à l'écoute du public va rediffuser cette superbe émission.

QUAND ET A QUELLE HEURE ?????????? » *Étienne S.*

Dans un mel, les majuscules sont l'équivalent d'un haussement de ton, l'accumulation de signes de ponctuation aussi.

— « Je sais d'avance que ma requête n'intéressera personne. Mais ce concert prévu à minuit a eu plus d'une heure et demie de retard, merci ! Pour une fois que le service public nous proposait autre chose que les c... habituelles, de voir autre chose que le tout-venant commercial. Bravo le service public ! Je suis moi-même fonctionnaire et si, par malheur, il m'arrivait de répondre aux demandes de mes usagers avec plus d'une heure de décalage, je vous raconte pas ... » *Jean-Paul B., mel.*

— « Vous vous croyez tout permis sur le débordement intempestif des programmes, ce qui nuit à leur bon déroulement. L'émission en direct qui précédait a chamboulé le reste des programmes, sans aucun respect pour les téléspectateurs, comme nous, qui désiraients enregistrer les deux pièces de théâtre qui suivaient. Que pensez-vous de ces abus répétés de la part de la télévision qui se prévaut d'être un service public Ne pensez-vous pas qu'il serait temps de considérer un peu plus qu'il n'est fait aujourd'hui le téléspectateur qui paie et, de ce fait, est en droit d'attendre un peu plus de la part de la télévision ? » *Danielle F., lettre.*

— « Le magnétoscope aide à se constituer une anthologie du cinéma. Mais pourquoi faut-il pour un film de 115 minutes utiliser pratiquement toujours des cassettes de 150 minutes voire de 180 ? . » *D.L. Saint-Sébastien-sur-Loire.*

— « Quelle bêtise de n'avoir pas su que le programme ne pouvait pas commencer à l'heure indiquée. En même temps, je me dis que France 2 est une chaîne de service public et que l'un de ces services est de respecter le téléspectateur (je ne parle même pas du contenu des programmes, car cela est un autre débat), en diffusant les programmes aux heures indiquées. La SNCF rembourse les billets quand le train a plus d'une demi-heure de retard, Pizza ... offre ses pizzas pour la même raison.

Est-ce que France 2 rembourse la redevance pour le manque de respect des engagements ? » *Marie-Ange R., mel.*

Est-ce que
France 2
rembourse la
redevance ?

— « Mais ce n'est quand même pas difficile de modifier « en toute honnêteté » l'horaire de départ des émissions. Les téléspectateurs ne déserteraient pas pour autant la chaîne. » *René Le P. Tours, mel.*

— « Comment une chaîne publique peut-elle à ce point prendre le téléspectateur pour quantité négligeable en se fichant royalement des HORAIRES prévus ? » *Martine W., mel.*

Suivent de près les protestations contre les déprogrammations sans avertissement ou presque.

Les
déprogrammations

— « Quand cela vous arrange et qu'il faille combler, diffuser deux épisodes à la suite ne vous pose pas de problème mais, pour beaucoup d'entre nous, n'étant pas au courant de ce changement et ne pouvant pas toujours guetter vos « besoins », nous avons eu la malheureuse surprise de nous apercevoir que nous avions loupé un épisode. Merci encore de toute la préoccupation accordée à vos téléspectateurs ! » *Un groupe de fidèles, mel.*

— « Je suis une jeune téléspectatrice de 25 ans et je ne comprends pas votre décision concernant cette série. Elle traitait de choses qui nous concernent. Enfin une série qui nous ressemble. Sans vouloir paraître chauvine, elle nous changeait des séries allemandes, anglaises et américaines qui durent depuis des années. J'imagine que ça vous importe peu, l'essentiel étant la rentabilité et donc indirectement l'audience. Je sais que mon message ira très certainement directement à la corbeille mais peut-être l'aurez-vous lu avant ? » *Sabrina T., mel.*

— « Cela fait plus d'un an que nous suivons cette histoire et là boum ! on nous plante sans savoir ce qui va se passer pour nos compagnons des soirs. J'espère que nous la reverrons bientôt. Merci de votre compréhension. » *Pierre-Eric M., mel.*

— « POURQUOI ??? POURQUOI ??? Pourquoi avoir arrêté notre feuilleton ? Enfin une série française. C'est mieux, c'est plus rentable budgétairement parlant ??? Y aura-t-il un livre afin de connaître la fin ? » *Catherine L., mel.*

On se moque des
téléspectateurs

— « On se moque littéralement des téléspectateurs. Le feuilleton était programmé à une heure impossible nous obligeant à l'enregistrer. De plus l'heure changeait au gré de je ne sais quoi. Nous sommes restés sur notre faim, le dernier épisode nous laissant présager une suite... Les feuilletons

américains « ras le bol » (et en plus ils coûtent cher). Redonnez nous notre feuilleton. » *Élisabeth L., mel.*

Ce dernier message conduit à un autre motif de plainte, récurrent. Les déprogrammations sans avertissement, ou insuffisamment annoncées, enragent les téléspectateurs.

Quelques exemples pour témoigner de ce qu'ils ressentent.

La banquise au lieu du Venezuela

Au mois de juin 1999, France 2 programme, et en fait une large publicité, un documentaire. Une première. Moyennant l'achat d'un hebdomadaire partenaire de l'opération, on pourrait suivre un dimanche après-midi « le premier documentaire en odorama ». Comprenez qu'à plusieurs reprises au cours d'un reportage sur les hauts plateaux du Venezuela, on trouvait dans les pages du journal, en grattant quatre emplacements aménagés spécialement, les odeurs des fleurs que l'on voyait sur l'écran. On imagine l'attente de ceux qui avaient acheté le magazine, assis dans leur fauteuil prêts à gratter pour connaître le parfum des fleurs poussant dans ces contrées lointaines et magnifiques. Dans l'émission précédent le jour de la diffusion, nouvelle annonce et promotion du voyage odorant. Bernique, à l'heure dite, les malheureux téléspectateurs se sont retrouvés sur la banquise. Le magazine avait été déprogrammé l'avant-veille dans des conditions difficiles à élucider, un grand nombre d'intervenants faisant que la responsabilité était partagée et diluée. Un vrai jeu de mistigri. Les téléspectateurs étaient furieux. Il paraît qu'il y a bien eu un bandeau juste avant la diffusion pour prévenir, tardivement, de la déprogrammation. Il n'a pas été possible de vérifier. L'enregistrement que nous appelons parallèle antenne, n'aurait pas fonctionné correctement à ce moment-là. C'est bête.

La messagerie électronique, dès le lundi matin était pleine de protestations véhémentes et légitimes. Le service des relations avec les téléspectateurs à partir du mardi a reçu son lot de courrier. J'ai demandé que la lettre-type de réponse tienne le plus grand compte de la situation des téléspectateurs, que France 2 ne se place pas de son point de vue de chaîne obligée, à tort ou à raison, ce n'est pas la question ici, de déprogrammer, mais de celui des téléspectateurs, dans leur salon, impatients et brutalement déçus, leur magazine devenu inutile sur les genoux. Cela fut fait et la chaîne a présenté des excuses, pour n'avoir pas prévenu plus tôt et mieux.

Un polar allemand à la place du rugby

Loi des séries, quelques temps plus tard, en juin 1999, nouvel incident de déprogrammation. France 2 « couvre » la tournée de l'équipe de France de rugby dans l'hémisphère sud. Cela signifie que nous sommes

aux antipodes. Le décalage horaire est important. Le 16 juin est prévu un test-match jugé important par les amateurs, Tonga - France. A 4 heures 25 du matin, un mardi, donc un jour de travail. Même situation en plus rude. Les fous de rugby, et il y en a beaucoup, n'ont pas hésité à se lever à 4 heures. D'autres, moins nombreux semble-t-il, ne se sont pas couchés, d'autres enfin ont branché leur magnétoscope et se sont levés plus tôt pour regarder le match avant de partir qui pour le bureau, l'atelier, le chantier, le cabinet, bref, pour le travail. Horreur ! A la place du match, sans un mot d'avertissement, un polar allemand. A l'ouverture de ma boîte électronique je sais qu'il y a eu un gros problème. La seule lecture des titres des messages suffit à m'informer. Le service des relations avec les téléspectateurs me confirme qu'il est inondé d'appels téléphoniques. Question immédiate : que s'est-il passé ? Un prestataire néo-zélandais devait assurer la captation du match. Autrement dit, acheminer sur place tout le matériel nécessaire. Il ne l'a pas fait. N'était sur place qu'une équipe de reportage de France 2 avec une seule petite caméra, de quoi faire des interviews et quelques images, mais certainement pas une retransmission qui nécessite, m'a indiqué la direction des sports, entre 12 et 14 caméras. Malgré les efforts désespérés de l'envoyé spécial à Tonga, le moment venu, le matériel n'était pas là. Un coup d'œil sur la carte donne une idée des distances et des possibilités d'approvisionnement pour ce type de matériel. Je demande quand on a su qu'il y avait des risques. Réponse après recoupement : quinze jours avant, on a eu des craintes, une semaine avant une certitude : le match ne serait pas retransmis.

Le directeur des sports immédiatement contacté reconnaît sans réticence que France 2 est en faute, pas pour la défaillance du prestataire mais pour n'avoir pas prévenu les téléspectateurs. Le lendemain, les messages continuent d'arriver, tous plus furieux les uns que les autres. Dame, à cette heure-là, on est forcément bougon. Un jeune Guillaume m'écrit en substance : « J'ai quatorze ans. Je me suis levé à quatre heures ce matin pour regarder le match. La retransmission n'a pas eu lieu sans avertissement. Je suis très déçu et fatigué ». Devant l'avalanche de messages électroniques je décide de mettre un communiqué sur le site Internet de France 2 expliquant ce qui s'est passé et renouvelant les excuses de la direction des sports.

Pourquoi raconter par le menu cette mésaventure heureusement rare ? Pour que l'on comprenne que nous devons toujours nous mettre à la place des téléspectateurs, penser à eux dans les vraies conditions de leur vraie vie. Une fois rassemblés ils font de l'audimat, mais au départ ils sont normaux, dans leur vie quotidienne à laquelle se mêle la nôtre, est liée la nôtre. Personne n'a pensé à les prévenir, on peut le tourner comme on veut, on ne l'a pas fait. Peut-être à cause de l'impression fautive que le dire aggraverait la situation. Ce n'était que reculer pour mieux sauter.

Peut-être en espérant jusqu'à la dernière minute trouver un moyen d'y arriver, mais à cette distance et avec le décalage horaire les minutes sont des heures et on avait le temps de prévenir. Tous n'auraient peut-être pas vu ou entendu l'avertissement mais ils auraient su et compris que l'on avait pensé à eux. Au lieu de quoi, ils ont pu écrire : « Nous n'existons pas pour vous ». C'est faux puisqu'on se donne la peine de diffuser un match, leur match, à cette heure impossible. Mais il se fait qu'ils pensent qu'on se moque d'eux comme du tiers et du quart. La direction des sports a présenté des excuses dans l'émission « Tout le sport » sur France 3. Un communiqué de la médiatrice sur le site internet a expliqué de quoi il retournait et transmis les excuses de la direction des sports et de la chaîne.

Après le communiqué Internet les messages se sont raréfiés. Les suivants s'inquiétaient de savoir si le match suivant, contre les All Blacks, à 4 heures et demie du matin aussi, serait bien retransmis. On les comprend.

Friends en anglais

Les jeunes téléspectateurs sont fougueux, impatients et impérieux. Sur France 2, à l'époque où cela se faisait, ils étaient très sensibles à la diffusion le samedi soir d'un épisode de Friends en version originale. Ils le connaissent par cœur. N'importe, ils ne se lassent pas de le regarder. Qu'un retard survienne qui leur fait louper l'enregistrement, ou pire, comme c'est arrivé, que la diffusion soit supprimée, le lundi la médiatrice trouve une salve de messages électroniques généralement envoyés dès le samedi soir, pour hurler comme on le fait à cet âge. Cela se produit lorsqu'une autre émission, par exemple un résumé de journée de championnat sportif, prend la place. Là encore, puisqu'on le sait, pourquoi ne pas le dire. Ils seront déçus mais au moins seront-ils prévenus. Il faut se mettre à leur place. Certains programment leur magnéscope et le dimanche matin prennent leur petit déjeuner en suivant un épisode de « leur série », en anglais, contant les aventures de Rachel, Phœbe, Ross et leurs amis. Vous imaginez leur tête au-dessus de leur bol de chocolat lorsqu'ils tombent sur du rugby ou du tennis que par ailleurs ils peuvent apprécier ?

Angela 15 ans

En juin 1999, France 2 a diffusé une série, immédiatement adoptée comme série-culte : « Angela, 15 ans ». Certains, une partie privilégiée de la jeunesse, l'avaient déjà vue sur une chaîne du câble. Ceux-là n'étaient pas les moins impatients. Voilà que sans prévenir, l'on ampute la série de trois épisodes. La médiatrice l'a su dès la première suppression, d'abord interprétée par nos ados comme une inversion. Des messages horrifiés m'ont alertée. Certains conseillaient de consulter le site Internet de la série. « Puisque vous ne savez pas faire votre travail, là au moins vous trouverez l'ordre des épisodes et leur résumé. L'ordre est très

important, parce que l'histoire etc. ». La réalité n'est pas tout à fait celle-là. La case horaire choisie ne pouvait contenir que 16 épisodes quand la série en comportait 19. Il a bien fallu comprimer sauf à retarder indéfiniment la diffusion. Donc trois épisodes ont été supprimés purement et simplement, le 2, le 4 et le 8 selon mes jeunes correspondants. Au bout d'un certain nombre de messages, j'ai suggéré qu'on leur dise la vérité au lieu de mettre la tête dans le sable ou de hausser les épaules lorsque j'arrivais avec mes adolescents hurleurs. Ce qui fut fait. Ils ont pesté mais ils ont compris. On leur a promis une rediffusion. Ils ont tout de suite voulu savoir quand.

Horaires tardifs

Au chapitre des horaires une autre plainte, plus délicate dans son traitement : elle concerne les horaires tardifs de certaines émissions. Les ingrédients de la discorde sont complexes.

— « Je ne peux m'empêcher de réfléchir au pourquoi d'un tel horaire. Mais n'est-ce pas la mission du Service Public de prendre des risques, de considérer les téléspectateurs comme des citoyens et non pas comme des cibles-marketing ? Je tenais à vous préciser que je ne suis pas un intellectuel. Je ne suis qu'un modeste employé, travaillant dans une administration et qui aime le cinéma. » *Olivier C., Limoges.*

— « Pourquoi l'émission a disparu de la grille des programmes ? Pourquoi est-elle diffusée si tardivement ? Je vous passe le couplet la culture est délaissée...

Les fans du magnétoscope font-ils partie du panel de l'audimat ?
RENDEZ-NOUS L'ÉMISSION.
C.. 63 rue Marceau 37000 TOURS »

Ambivalence des téléspectateurs

Plainte ambivalente. L'ambivalence est partagée à ce sujet. France Télévision revendique son identité de service public, en partie mais pas seulement, en s'appuyant sur ces émissions. Nous sommes en France, pays où les intellectuels ont encore une réputation. Du même coup, il est donné une certaine importance à ces émissions, qui portent l'image des chaînes publiques, qui marquent une différence avec les chaînes commerciales. Voilà que leur programmation, leurs horaires approximatifs et tardifs viennent contredire la démonstration et plus grave, démentir l'intention. D'un côté on souligne leur importance et surtout leur valeur, de l'autre on les programme à point d'heure. Les signaux d'estime délivrés d'une main sont repris de l'autre. Les téléspectateurs ne manquent pas de souligner la contradiction, disant qu'il y a une certaine façon d'offrir des programmes qui revient à ne pas les offrir vraiment. On peut penser, et on le pense, que les téléspectateurs disent aimer les émissions qu'ils ne

regardent pas. Le paradoxe mérite d'être exploré. Les chaînes publiques paient leur double financement et l'obligation où elles sont de concentrer les émissions de forte audience à certaines heures, pénalisant ainsi les programmes qui font sa différence et contribuent en partie à fonder son identité. Les téléspectateurs qui sont de l'aventure ont bien repéré la difficulté et demandent qu'on y trouve une solution tout en reconnaissant que ce n'est pas simple. En dehors du fait qu'elle les intéresse vraiment, ces émissions qui flattent l'image des chaînes, flattent aussi celle des téléspectateurs, raison pour laquelle ils sont plus nombreux à les réclamer qu'à les regarder. La vexation est grande en tous cas pour ceux qui aimeraient en profiter au moment de la diffusion.

— « Les questions se répètent et se répéteront toujours si ces témoignages ne se font l'écho que des « couche très tard. » *Mlle H.A., Rueil-Malmaison. mel.*

— « Ne nous répondez pas que pour la qualité, pour les intellos il y a Arte. Nous ne sommes pas des intellos. » ⁵ *Nathalie D., mel.*

— « Nous voulons une télévision de service public qui remplit son rôle, c'est à dire qui informe, éduque, tout en faisant participer, si possible, le téléspectateur. Nous ne ratons jamais des émissions qui, malheureusement, sont programmées, non pas à une heure de grande écoute, mais tard dans la nuit. » *M et Mme Jean K. (Divion), lettre.*

— « J'habite Strasbourg, et j'estime que votre chaîne est restée, contrairement à d'autres, de bonne qualité, dans ses émissions et dans son respect du téléspectateur (pas de coupure pub pendant les films).

Il faut faire
quelque chose

J'ai vu avec bonheur la nouvelle émission que vous diffusez ce soir. Je pense qu'elle sera très intéressante, de par son sujet, et de qualité, de par le sérieux de son animateur. Pourtant, malheureusement je ne pourrai pas la regarder, car, comme beaucoup d'émissions intéressantes, elle est diffusée à plus de minuit. Je pense qu'en tant qu'entreprise, vous devez apprécier que vos employés arrivent en bonne forme le matin. Hé bien, mon patron a la même réaction que vous. Hier soir j'ai fait une entorse, c'était super. Si je refais une entorse ce soir, demain je serai crevé au bureau.

Alors, je sais qu'on ne peut pas passer toutes les émissions en début de soirée, mais il faut pourtant faire quelque chose ». *Emmanuel G., mel.*

5 - Souligné par la correspondante.

Voilà, c'est dit : il faut faire quelque chose.

Le sport occupe une place importante dans le courrier. Les amateurs

de sports minoritaires ne manquent jamais de rappeler que le service public doit couvrir tous les sports. Leur insatisfaction tient à la passion que cette activité provoque toujours. A travers le sport ils indiquent aussi combien ils sont sensibles aux symboles. Témoin un incident d'antenne qui a provoqué une avalanche de courrier.

Une finale jouée et gagnée par l'équipe de France de Handball féminin est diffusée en direct, bousculant tous les programmes sans préavis, cela du moins ne peut être reproché au service public qui s'est adapté et a ouvert son antenne. Le succès d'audience était d'ailleurs au rendez-vous, le nombre de téléspectateurs dépassant largement le nombre d'adeptes de ce sport. A la suite d'une mauvaise coordination, ou d'un malentendu, ou d'une mauvaise circulation de l'information, le triomphal podium tarde. Il tarde tant qu'il finit par être coupé pour laisser la place à la publicité puis au journal. La protestation fut à la hauteur de la frustration.

— « Vous êtes capables de faire de bien belles choses (je me souviens de la déprogrammation pour la finale de coupe d'Europe de basket de Limoges, ou tout simplement cette finale du championnat du monde de handball), mais là, vous n'assurez pas une cacahuète. (...) Et pan ! au moment le plus émotionnel : PUB ! ? ! ? ! ? ! ? A n'y plus rien comprendre. Ça fait tache d'encre dans votre machine à points. Une victoire c'est beau. Mais ça devient concret quand la médaille est autour du cou. La seule chose que je puisse vous souhaiter est de ne plus commettre de telles erreurs. » *Jean-Louis B., mel.*

Nous priver du podium est inadmissible

— « Nous priver du podium est inadmissible. A l'avenir, sachez tirer avec intelligence et respect de tous vos téléspectateurs, les événements qui font la gloire de notre beau pays qu'est la France. A bon entendeur, salut. N'étant pas le seul à pousser ce coup de gueule, veuillez quand même le prendre avec la plus grande considération ». *Yves N., mel.*

— « Lors de la finale du championnat du monde de handball, vous n'avez même pas daigné retransmettre la remise des médailles. Quelle honte pour le service public. » *Nicole A., mel.*

— « Bravo la chaîne publique qui préfère proposer de la sacro-sainte publicité (qui vous rapporte beaucoup d'argent) plutôt que de satisfaire le spectateur qui paie sa redevance » *Madame F. Nanterre, lettre.*

Le directeur des sports est venu à l'antenne présenter des excuses. Le podium fut rediffusé, accompagné des hymnes nationaux, le capitaine de l'équipe invité. La direction de la chaîne a cherché à comprendre com-

ment cela avait pu se produire. Il est apparu que l'information avait plutôt mal circulé.

Ce qui est violent
et ce qui fait
violence

A ce qu'ils regrettent de ne pas voir, ou de voir trop tard, s'ajoute ce qu'ils n'aiment pas voir, ce qui les heurte. Il est à noter que les courriers se plaignant de trop de violence se font de plus en plus rares. S'ils existent c'est pour parler d'un programme particulier. Il ne s'agit plus de ce que nous avons connu, une plainte globale sur le thème : « la télévision est trop violente ». Ce qui, en revanche, revient régulièrement, ce sont les plaintes contre ce qui « fait violence ». Autrement dit ce qui heurte les téléspectateurs. On peut exclure tout de suite une hypothèse selon laquelle, chaque matin, les professionnels de la télévision se lèveraient en se demandant : « Qu'est-ce que je pourrais bien faire aujourd'hui pour nuire ? » Lorsqu'ils fabriquent un programme, le souci des producteurs, réalisateurs, animateurs, programmateurs, est de rencontrer le public et de le satisfaire. Il arrive cependant qu'ils le blessent. Vraiment. Ce qui fait violence, c'est ce qui heurte, c'est la violence symbolique. Elle peut être imprévisible. Une remarque, une plaisanterie, un trait d'humour, peuvent blesser une personne. Ainsi, d'une dame, souffrant d'une affection invalidante, qui avait fait se tordre de rire un humoriste, et le public présent sur le plateau d'une émission. Bien sûr, l'humoriste n'avait pas l'intention de faire mal. Une longue réponse à cette téléspectatrice a permis d'apaiser son ressentiment. Nous lui avons exprimé notre sympathie tout en défendant l'idée que les humoristes, qui nous sont si nécessaires, doivent pouvoir rire et faire rire de tout. Les revendications sont de plusieurs ordres. Ainsi, les téléspectateurs n'apprécient pas les propos partisans dans la bouche des animateurs.

— « Ce qui me frappe le plus, ce n'est pas tant les opinions, chacun est libre de cultiver les siennes, mais c'est la façon ostentatoire de fournir une tribune libre à ces propos et qui plus est, à l'occasion d'émissions dites « de divertissement ». Est-ce une volonté de la Direction des Programmes de divertir son public par des intervenants polémiques, agressifs et provocateurs (audimat ?) ? Ces émissions sont-elles des tribunes politiques déguisées ? » *Pierre S., mel.*

Les prises de
position politiques

— « C'est la première fois où un animateur met autant en avant ses convictions politiques et se permet d'insulter des invités, avant même qu'il ne commence à s'exprimer. » *Thierry B., mel.*

— « Trop c'est trop. Respectez la pluralité de pensée de vos téléspectateurs qui paient tous la même redevance. Sur une chaîne publique, une certaine déontologie est de mise. Une émission de variétés n'est pas une

tribune politique que je sache ! Les émissions politiques, bien rares maintenant, devraient être réservées à ces personnages. » *Claude M. (Dijon) mel.*

— « Que cesse enfin la « pensée unique » hors de laquelle il ne peut y avoir de salut ... et la tolérance dans tout ça, où est-elle ? Qu'en font ces donneurs de leçon certains d'avoir la VÉRITÉ au nom de quoi ? Et que cessent tous les extrémisme, qu'ils soient de droite ou de gauche ! » *Catherine S.F mel.*

— « Il semble déplacé qu'une émission sur le service public, même si elle se veut d'un ton plus décalé, laisse entrevoir de tels messages politiques et un tel irrespect pour les électeurs et électrices, la démocratie en France repose sur une donnée fondamentale : le respect de la parole du peuple ». *Bertrand M. mel*

Quelques messages, un sur trente, défendent l'idée qu'un peu d'agressivité vient perturber et renouveler le ton de la télévision.

Les téléspectateurs n'apprécient pas les plaisanteries faites par les commentateurs aux dépens de ceux qui assurent le spectacle. La moquerie devient pour eux vulgarité, mépris et même racisme.

— « ... moi aussi je peux être vulgaire, mais la différence, c'est que je ne suis pas entendu par des milliers de spectateurs ». *François D. (Sainte-Sévère), lettre.*

— « Il est regrettable que des remarques racistes, relevant d'un humour scabreux soient faites dans une telle circonstance. Voilà un bel exemple de citoyenneté. » *Famille C. (Issy-les-Moulineaux), lettre.*

— « La vulgarité méchante et gratuite ne fait pas les comiques ». *Suzanne A., mel.*

Une demande revient régulièrement, tout au long de l'année : pour davantage de programmes culturels et pour une plus grande diversité. Cette demande rejoint les plaintes évoquées plus haut à propos des horaires tardifs de diffusion des programmes réputés intéressants.

— « L'uniformité, la facilité, le formatage, n'étant pas à mon sens des valeurs, il vous serait bénéfique d'être un peu plus réfléchi.

P.S. : L'action de réfléchir ne provoquant pas de maux de tête, je vous encourage vivement à pratiquer cette activité. » *Christophe C., lettre.*

— « ... Maintenant j’aurai une requête. N’est-il pas possible de supprimer tous ces « talk-shows » (où est le français). On en a ras-le-bol de tous ces gens qui viennent tout raconter à la télé. Il y a environ deux ans, on était envahi de variétés, maintenant plus rien ou presque. Je sais, je suis exigeante, mais la vie est déjà assez triste, pour ne pas avoir à pleurer sur un monsieur qui préfère le foot à sa femme, ou la femme sa jalousie ! ! etc. Et puis, toutes ces émissions se ressemblent et se copient.

Chère Madame, je vous remercie pour avoir la patience de me lire jusqu’au bout. Surtout que F2 et F3, mes chaînes préférées ne copient pas sur TF1. Merci. » *Fernande C., lettre.*

— « Je constate effectivement que la musique n’a pas la place qu’elle devrait occuper dans les programmes qui nous sont proposés. D’une manière générale, peu de temps est réservé aux programmes culturels ». *Paul L.(Troyes), lettre.*

— « Pourquoi ne trouvons-nous pas de théâtre sur une chaîne PUBLIQUE ? Je rappelle que l’audimat concerne les chaînes privées et que le redevable que je suis en a « marre » de cette concurrence qui ne devrait pas avoir lieu. » *Maurice M., mel.*

— « Le service public ne peut-il pas se démarquer de l’autre par la qualité, la culture accessible à tous les Français ? » *Jacques B., lettre.*

Voilà exposés, sans personnaliser outre mesure, les principaux griefs et motifs de satisfaction que les téléspectateurs formulent à l’égard de leur télévision publique. La médiation leur a donné des interlocuteurs. N’en auraient-ils pas qu’ils n’en penseraient pas moins ce qu’ils expriment. Le développement de relations plus nourries, plus attentives entre les chaînes publiques et leurs téléspectateurs répond à une attente, un besoin, presque à une demande. Les médiateurs sont de plus en plus nombreux dans des secteurs très divers. Les entreprises se dotent aussi de chargés de déontologie. Les corps intermédiaires, qu’on le regrette ou non, souffrent d’une profonde crise de confiance et sont affaiblis. Pour autant les citoyens continuent de sentir, ressentir, éprouver et n’ont personne pour relayer leur parole. Alors ils la prennent et rien ne peut les en empêcher.

Sont-ils représentatifs, ceux qui écrivent ? Cette question appelle plusieurs remarques et d’autre part il appartient à chacun d’y répondre selon l’idée qu’il se fait de la télévision publique et de l’opinion des téléspectateurs. La première remarque concerne le facteur multiplicateur. Pour un ou une qui écrit, combien pensent la même chose, mais ne prend pas la peine de le faire savoir, pour diverses raisons ? Une grande entreprise

Le facteur
multiplicateur

publique, dotée d'un médiateur depuis plusieurs années, nous a dit que des études avaient permis d'évaluer ce facteur à 250 : pour un qui écrit, 250 pourraient faire la même remarque. L'entreprise ajoute ceux qui n'écrivent jamais et pestent néanmoins dans leur coin, en faisant savoir leur mécontentement autour d'eux, contribuant à la mauvaise réputation de l'entreprise. Les experts pensent que pour la télévision le facteur multiplicateur ne peut être que plus élevé.

— « Ma première remarque vient de la tentative d'envoyer un message sur le site. Sauf à supposer que ma navigation ait été mauvaise, cette opportunité n'existe pas. Craindrait-on trop de réactions des téléspectateurs ? (...) Je ne me fais pas d'illusion sur les suites de ce message ; je vais recevoir une réponse automatique en forme d'accusé de réception. Je me demande à quoi peut servir votre site (et pour cela vous n'êtes pas les seuls. Un site en trompe-l'œil. » *Claude F. (Brebères 62), mel.*

— « Je ne sais pas vraiment ce qu'est une médiatrice, mais c'est l'un des seuls contacts que j'ai trouvé sur votre site » *Stéphanie de D., mel.*

— « Ce n'est pas spécialement à la médiatrice que je souhaite écrire, mais visiblement c'est le seul lien qui existe entre France 2 et les téléspectateurs via le web. Je trouve cela un peu léger et réducteur.

Enfin, je voulais juste dire que l'émission était plus qu'affligeante pour le peu que j'ai pu en regarder et supporter.

Les personnes qui n'ont que la télévision pour se divertir auront eu du mal à rester devant leur poste.

C'est la première fois que je prends ma plume pour faire part de mes remarques. Ce jour-là, je pense que vous avez dépassé les bornes. A bientôt sur votre chaîne avec des émissions de qualité.

Bien cordialement. » *Charles C., mel.*

Ce téléspectateur donne un certain nombre de clés pour comprendre les enjeux d'une écoute attentive des téléspectateurs. Il souhaite, comme d'autres internautes, que le site internet offre un accès plus évident, plus immédiat aux remarques des téléspectateurs. La demande que les émissions disposent d'un site est souvent formulée. D'une manière générale il apparaît que France Télévision n'exploite pas toutes les possibilités offertes par son propre site. Par exemple en répondant par avance à des questions. Il suffit d'en avoir trois ou quatre sur un point précis pour savoir que d'autres suivront. Il est facile de précéder la demande en offrant, de manière claire et visible l'information que les téléspectateurs recherchent. L'intérêt est double : on fait l'économie de nombreuses réponses individuelles et on montre une attention bienveillante. Dans le

Précéder
la demande

cas des déprogrammations ou d'un changement d'horaire, il est possible aussi d'utiliser le site pour le signaler. Le courrier montre que les téléspectateurs explorent le site avant d'écrire pour se plaindre. Ils ne comprennent d'ailleurs pas que les changements ne soient pas répercutés en temps réel dans l'annonce des programmes sur le site. Une façon de dire qu'on ne leur parle pas.

L'opinion a une mémoire

Le nombre de messages avons-nous dit plus haut ne peut pas être opposé à l'audience en termes de pertinence. La question est seulement de savoir si ce que les téléspectateurs soulignent est vrai ou non. Nous avons la chance qu'ils nous en fassent part. On peut dire, après trois années de médiation, que les téléspectateurs ont le regard affûté. Ils voient les lézardes dans un programme et fournissent des éléments précieux sur la façon dont, par exemple, les changements sont perçus ou vont l'être à plus ou moins long terme. C'est ce que Jean-Pierre Beaudoin, dans son ouvrage déjà cité appelle « mettre du long terme dans le court terme », autrement dit : interpréter les signaux qui sont ainsi mis à la disposition de l'entreprise. « L'opinion a une mémoire. Ou en tous cas, quelqu'un dans l'opinion est susceptible de rafraîchir sa mémoire. (...) Tout effet est la cause d'un futur. »⁶

Il voit, dans ces signaux à bas bruit, des moyens de prédictibilité. C'est à dire que, grâce à ces alertes discrètes, on peut anticiper les effets à terme sur un plus grand nombre. Lorsque les premières lézardes sont signalées, il est encore temps d'y remédier et de ne pas attendre une vraie désaffection qui se traduit inmanquablement par une baisse d'audience ou par une perte de confiance et d'image. Une expérience récente a montré qu'un incident répété dans un programme qui connaît un grand succès, avait gravement entamé la confiance des téléspectateurs dans le programme lui-même. Le message a d'ailleurs été entendu.

Souffrance

Sur ce point, Jean-Pierre Beaudouin évoque la nécessité d'écouter. « Une fonction doit être en mesure d'en saisir et d'en prendre en compte tous les potentiels, au jour le jour, et surtout, dans la durée. » C'est ce qu'a fait France Télévision en décidant de développer ses relations avec les téléspectateurs. Mais France Télévision n'est pas n'importe quelle entreprise. Avec ses programmes, elle pénètre au cœur des foyers. Tout ce qu'elle fait est soumis à interprétation. Chaque intervenant est dans la situation de fréquenter de près des gens qu'il ne connaît pas. Hommes et femmes de télévision font leur travail, qui une fiction, qui un débat, qui un documentaire etc. Les réactions paraissent parfois complètement décalées. Elles sont sur le registre technique mais aussi sur un autre plan : affectif, moral, psychologique. En si grande quantité, il faut bien s'y attarder et se demander ce que signifie cet apparent décalage. Ainsi, est-il arrivé qu'une profession écrive en masse à propos d'une fiction la représentant. Elle s'y est trouvée caricaturée et surtout trahie. Les profession-

6 - in *Etre à l'écoute de l'opinion*, op. cit., p 155.

nelles qui nous ont écrit réagissaient comme à un reportage. Elles étaient inquiètes de ce que penseraient les autres téléspectateurs, qui leur font confiance dans l'exercice de leurs compétences, en voyant la fiction, qui, pour des raisons de dramaturgie avait en effet mis en scène de sacrés personnages. Il ne faut pas qu'ils pensent que cela se passe ainsi, disaient-elles toutes. C'est la seule fois en trois ans où une fiction a provoqué ce type de réaction. Il n'y avait rien de violent pourtant, pas de tueries, ni même de bagarres. On était en face de violence symbolique. Ces personnes étaient atteintes, blessées. Le réalisateur en était très désolé, car telle n'était pas son intention. Il a bien voulu en débattre et faire état de ses regrets sincères.

On touche à travers cet exemple à la dimension la plus délicate de la demande des téléspectateurs. C'est aussi la plus forte, celle qui sous-tend presque toutes leurs autres remarques. Du respect, ils demandent du respect et de la considération. Tous leurs messages, lorsqu'ils n'emploient pas les mots, le disent. Les glissements horaires sans un petit mot pour prévenir, les changements de programmes, les interruptions plus ou moins bien annoncées de séries, les petits dérapages dans un programme, légers mais répétés, tout cela les conduit toujours à la même conclusion, comme on peut en juger à travers les courriers cités : on se moque d'eux, on n'en a rien à faire, ils ne comptent pas, on oublie qu'ils sont là devant leur écran, alimentant les chiffres qui feront que le lendemain on dira de l'émission qu'elle a bien ou mal marché. La question n'est pas de savoir si c'est vrai ou faux, la question est qu'ils en ont l'impression, qu'ils le ressentent et parfois le prennent en pleine figure comme le montrent les quelques exemples que nous avons pris dans la vraie vie des antennes pendant ces trois ans.

La médiation

L'ouverture de l'espace créé par la médiation est, à l'expérience, de nature à améliorer les relations des chaînes publiques avec les téléspectateurs. Ils ne s'y sont pas trompés en écrivant rapidement et en nombre toujours croissant à la médiatrice ce qui a permis de recueillir ces observations qui sont autant de contributions. Pour l'heure le dispositif ne fonctionne pas encore à plein régime, car il suppose une organisation pas encore complètement en place. Il faut en particulier mieux maîtriser les circuits du courrier, électronique et postal. Reste que la médiatrice, identifiée pour écouter les téléspectateurs, l'a bien été ainsi par eux. Chaque lettre, chaque message a fait l'objet d'une réponse d'attente et d'une transmission aux responsables concernés

La médiatrice, comme il est précisé dans sa lettre de mission publiée sur le site internet de France Télévision, ne se substitue pas aux respon-

Grande colère

sables des unités de programmes et la priorité de la première réponse, en dehors d'une réponse d'attente, leur appartient toujours. Que deviennent les messages ainsi transmis ? Autant de situations que d'unités de programmes en attendant une organisation plus systématique et longue à mettre en place (les rares exemples étrangers le confirment, il ne faut jamais moins de deux à trois ans). A quelques exceptions près, la médiatrice n'a pas connaissance des réponses apportées. C'est regrettable. L'absence de réponse lui est parfois signalée. A une demande d'informations sur une émission restée sans réponse de la part de l'unité de programmes : « Il me semblait avoir lu que vous étiez médiatrice ! Alors je m'interroge : êtes-vous réellement capable de servir de médiateur entre les spectateurs et les dirigeants de la chaîne ! J'avoue avec beaucoup de regrets que les chaînes privées répondent avec une rapidité qui n'est décidément pas vôtre ! Il se trouve que je me disais qu'étant chaîne publique, et ce selon vos statuts juridiques, vous étiez censés assurer un service public, dans lequel on peut inclure les réponses aux téléspectateurs !

Vous êtes décidément à la hauteur de votre réputation de service désespérément lent ! Comment voulez-vous après cela que votre taux d'audience et de popularité augmente auprès du public ? J'aime pourtant bon nombre de vos émissions.

Désolée d'avoir eu à vous envoyer un tel courrier mais s'il pouvait vous faire réagir ne serait-ce qu'un peu, je n'aurais pas eu l'impression d'avoir perdu mon temps. » *Mélanie O., mel «Grande colère».*

Une mise au point s'impose parfois et il arrive qu'une réponse de la médiatrice ne satisfasse pas du tout, comme si le simple fait de l'avoir saisie, ouvrait un droit à avoir raison.

— « Merci d'avoir répondu si vite à mon message. Pour l'heure, je ne vous étonnerais pas si je vous dis que je ne suis pas satisfait par votre réponse. En effet, à mon humble avis vous ne vous comportez pas comme une médiatrice, mais comme un ardent défenseur de la cause de France Télévision, et vous me faites sentir comme un petit garçon qui se fait taper sur les doigts (ce qui n'est pas tout à fait désagréable à 50 ans). » *Jean-Marc C., mel* (Dans ce cas précis la médiatrice a seulement indiqué, que dans un premier temps, elle faisait une enquête sans se prononcer sur le bien-fondé de la réclamation.)

Répondre

— « Je m'attendais à ce genre de réponse, mais très certainement pas aussi vite. Bravo pour deux choses : à savoir la rapidité de votre réponse et la qualité de votre argumentaire client. Vous avez bien défendu les intérêts de votre employeur. Cordialement. » *Romain L., mel* (Ici la médiatrice a reçu un premier message argumenté, solide, mais agrémenté d'in-

sultes grossières à l'encontre de l'auteur de la « bévue ». Elle a prévenu qu'elle ne transmettait pas. D'où cette réaction.)

Le seul fait d'obtenir une réponse est un apaisement.

— « Je vous remercie très sincèrement pour avoir été sensible à mon message. Bien à vous et bonne continuation à votre chaîne. » *Michel V, mel.*

— « Merci de m'avoir répondu si vite ! Là au moins je retrouve du sérieux.

OK je m'excuse de m'être emporté à propos du prix de diffusion d'un match ! OK, désolé. Encore merci à vous pour ce sérieux. » *Eric C., mel.* (Réponse d'un internaute à la réponse de la médiatrice qui avait réfuté en partie ses arguments tendancieux.)

Si de surcroît à la réponse s'ajoute à l'antenne le changement souhaité, les messages de remerciements arrivent, en nombre :

— « Merci à la chaîne d'avoir ainsi montré une réelle écoute des téléspectateurs et une concrète volonté de "service public". » *Laurence M, mel.*

Il n'a été tenu compte dans ce rapport que des propos argumentés en laissant de côté les courriers isolés du type : « Je trouve ça nul » sans explication ni argument, ou seulement accompagnés d'invectives et d'insultes. Ces courriers-là auxquels on ne peut pas répondre grand-chose, sont rares. Cependant il y est répondu pour en prendre acte sans autre commentaire et ils sont transmis. Les courriers d'insulte et les courriers anonymes ne sont pas transmis.

Tant que la redevance existe, elle est un lien très fort avec les téléspectateurs, le plus direct qui soit, on l'a dit, puisque c'est avec leur argent que France Télévision œuvre pour les téléspectateurs, dans cette activité incertaine, aux succès chaque jour mis en question, toujours à recommencer. C'est eux qui fondent notre légitimité, c'est en leur nom, au nom de l'intérêt général que toutes les démocraties dites modernes maintiennent un secteur public audiovisuel dont elles pensent qu'il joue un rôle irremplaçable.

Les téléspectateurs ont d'ailleurs une hiérarchie dans la tête et du même coup expriment des attentes particulières à l'égard du service public.

Ce serait une erreur cependant de croire à leur intransigeance. Ils ne

sont pas assez naïfs ou intolérants pour ignorer que la télévision publique a un idéal auquel elle s'efforce de satisfaire sans y parvenir à chaque minute des grilles de programmes. Ils savent bien que les contraintes d'audience existent. Ils savent aussi se satisfaire des écarts ou facilités qui rencontrent leur adhésion à défaut de leur idéal. Ils sont comme nous, ils se voudraient toujours meilleurs mais n'échappent pas à la condition humaine confrontée à ses imperfections. Ce qui veut dire qu'ils sont capables d'indulgence. La reconnaître est une façon de les respecter. Elle témoigne d'une confiance dont ils ont besoin. C'est ensemble que nous assumons les programmes. Ils l'acceptent. Mieux que nous parfois.

La médiation n'est pas une fonction-miracle, encore moins le lieu privilégié de la vertu ou de la morale. Elle témoigne de la volonté des chaînes d'écouter ce qu'on leur dit, quitte à le réfuter, mais d'écouter. Elles acceptent de parler de leurs difficultés avec des gens aux prises avec les leurs. Dans cette médiation finalement, il n'est question que d'imperfection. L'innovation est que nous acceptons d'en parler avec des gens eux-mêmes imparfaits. Rien n'est résolu mais on en parle.

Nous avons évoqué à travers le courrier, des moments de bascule où une sorte de colère totale s'abat sur un programme ou sur une chaîne, sans commune mesure avec le défaut même avéré. Ils savent que la télévision n'est pas une science exacte. Mais que l'antenne soit truffée de petits incidents, séparés, une déprogrammation ici, un changement là, qui ont leur logique, justifiée en interne mais rarement expliquée, des retards, et le moindre incident nouveau met le feu aux poudres. Les téléspectateurs se jettent sur leur plume ou sur leur clavier et vitupèrent furieusement. Nous devenons alors un objet de détestation. Plus rien n'est pardonné. Tout paraît mis en cause.

Le seul pari que puisse faire un service public c'est que tout être humain a de l'intelligence, de l'attention, de l'exigence, ce qui n'exclut pas les contradictions. Les téléspectateurs ne sont pas nos ennemis mais nos plus sûrs soutiens.

Malgré le constat porté par les remarques des téléspectateurs, on ne peut qu'être optimiste. S'il souligne les dysfonctionnements, il dit aussi comment y remédier et ne manque pas d'encouragements. Les téléspectateurs savent aussi faire connaître spontanément leur gratitude. Il faut noter que nombre de programmes ne font l'objet d'aucune critique, que beaucoup de messages de satisfaction parviennent directement dans les unités de programmes et chez les producteurs, ce qui ne disqualifie pas les protestations exprimées auprès de la médiatrice.

De quoi s'agit-il à la fin des fins avec la médiation et la parole donnée délibérément aux téléspectateurs ? De donner un statut au téléspectateur, le sien, pas plus, pas moins. Sujet, pas objet. Il ne s'agit pas de lui proposer de se mêler de l'élaboration des programmes. Il s'agit de lui permettre d'être entendu, respecté à hauteur de ce que nous attendons de lui, qu'il regarde et apprécie les programmes préparés pour lui.

« L'entreprise est une personne, chaque public est une personne. Quelle que soit la dose de mécanique dont la fonction est capable pour rationaliser l'exercice de sa responsabilité (...) c'est au *respect des personnes* que revient le dernier mot » ⁷.

7 - J.-P. Baudoin, *op. cit.*, p 156.