

La légitimité des médiateurs de presse en France¹

World Journalism Education Congress

Grahamstown (Afrique du Sud)

7 juillet 2010

Marc-François Bernier (Ph.D.)

Professeur agrégé

Chaire de recherche en éthique du journalisme

(www.CREJ.ca)

Université d'Ottawa

mbernier@uottawa.ca

¹ Cette recherche a été rendue possible grâce à une subvention du Conseil de la recherche en sciences humaines du Canada (CRSH). L'auteur tient à remercier ses assistantes Marie-Hélène Eddie et Chantal Prévost pour leur précieuse collaboration.

Introduction

Ils étaient 7 en 2006 et 14 en 2007 selon l'un (Pépin 2008, 12), mais un autre en a recensé 10 (Agnès 2008, 34). Le site Internet du Club des médiateurs de presse français en identifie 13 en avril 2010². Sans être très nombreux, les médiateurs de presse sont devenus des acteurs permanents du champ journalistique en France, à l'instar de leurs collègues ombudsman que l'on retrouve dans de nombreux pays de tradition anglo-saxonne.

Agnès rapporte que le premier médiateur de presse en France a été celui du *Monde* (en 1994), suivi par l'hebdomadaire *La Vie* (1999-2003) puis de France 2 (1998) en réponse à un « souhait du ministre de la Culture et de la Communication de l'époque » (Agnès 2008, 35). Brotel abonde en ce sens quant à l'intention ministérielle, manifestée en 1997 dans le cadre d'une colloque de Reporter sans frontières, afin que les responsables des médias publics (radio et télévision) créent des postes de médiateurs pour que « la notion de responsabilité progresse aussi dans les services de service public » (rapporté par Brotel, 2003, 20).

En France, le journaliste Noël Copin, alors au service de Radio France International (RFI) a été parmi les premiers à proposer une définition du médiateur de presse en le qualifiant d'ambassadeur du public en rapport avec les contenus radiophoniques (Pépin 2008, 13). Patrick Pépin, qui fut aussi médiateur, évoque aussi une deuxième fonction, celle de « porte-parole » et de « “pédagogue” des équipes éditoriales. Car si les citoyens ont un droit absolu à la saisine, ils ont aussi celui de l'explication de l'erreur, de l'imprécision ou du lapsus... » (2008, 13). Cette double fonction semble faire du médiateur davantage une interface qu'un protecteur du droit du public à l'information de qualité et du respect des normes journalistiques. La médiation aurait une

² (http://www.mediateurs-de-presse.fr/Mediateurs/Mediateurs_de_presse.html), visité le 1^{er} avril 2010.

fonction relationnelle plutôt que la fonction de critique interne que revendiquent les ombudsman de presse.

Toujours selon Pépin, la médiation de presse « s'est développée depuis que la crise de confiance entre les médias de référence et les citoyens s'est intensifiée et pérennisée (sic). On peut la dater, ne serait-ce que pour avoir un point de repère, de la " Révolution " roumaine et de la première Guerre du Golfe » (Pépin 2008, 18).

C'est une chose que de créer une fonction, c'en est une autre d'en assurer la légitimité qui passe par son acceptation. Les travaux de Ferreira-Maia (2004) documentent et analysent les efforts déployés par les médiateurs et ombudsman de presse afin d'assurer la légitimité de cette nouvelle forme d'activité professionnelle. Ferreira-Maia aborde la question sous l'angle de la sociologie des professions et considère la « médiation de presse en tant que groupement professionnel en formation qui cherche à s'affirmer et, pour cela, déploie désormais un important travail de promotion quant à l'intérêt du groupement » (2004, 292).

La légitimité des médiateurs de presse, tout comme celle des ombudsman, a deux sources (Bernier 2005); une légitimité interne qui repose sur le consentement et l'acceptation de son rôle par les journalistes, et une légitimité externe qui provient du soutien, de l'acceptation et du consentement des acteurs de la société (publics, sources, régulateurs, etc.). Cette légitimité externe se manifeste notamment, mais pas exclusivement, par l'absence de remise en question de son rôle et par le recours à ses services. Nous nous limiterons pour notre part à la légitimité interne, qui se manifeste par les attitudes, les opinions et les perceptions favorables que les journalistes ont de cette fonction.

La légitimité interne est peut-être la plus difficile à obtenir et à maintenir pour l'ombudsman. Ce rôle de *chien de garde des chiens de garde* n'est pas toujours bien prisé dans les salles de rédaction où les journalistes peuvent mal réagir au fait que leur jugement soit évalué et critiqué publiquement. Les ombudsmen sont souvent considérés comme des ennemis plutôt que comme un lien pertinent avec l'auditoire du média, a déjà soutenu Bob Steele, un spécialiste de l'éthique des médias affilié au *Poynter Institute for Media Studies* (Campbell 2000, 3). Mesquita assure que ce rôle disqualifie son titulaire pour tout «championnat de sympathie» de la part des journalistes (1998, 89).

Sans fournir quelque mesure que ce soit, Champagne affirme pour sa part que :

«l'instauration de cette fonction est loin de faire l'unanimité dans les rédactions elles-mêmes, nombre de journalistes estimant que “ le linge sale doit se laver en famille ” et que, de plus, l'existence d'une telle rubrique, loin de renforcer la crédibilité du journal, aurait pour conséquence de l'affaiblir dans la mesure où celui-ci ne signifierait que les seuls manquements des journalistes » (2000, 8).

Or, les enquêtes empiriques sont loin d'être aussi catégoriques et la nôtre tendrait même à réfuter l'opinion de Champagne.

La majorité des ombudsmen de journaux américains (65%) estiment que leur présence favorise des reportages plus prudents tout en accordant plus d'importance aux questions d'exactitude et d'équité, une impression que ne partagent que la moitié des responsables de l'information ayant participé à cette recherche (Starck et Eisele 1998, 4). De son côté, Thomas a observé que

seulement 13 % des ombudsmen ayant participé à son enquête croient que les journalistes de leur salle de rédaction ont une attitude négative à leur endroit, contre 50% qui auraient une attitude généralement positive et 28% qui estiment que cette attitude est très positive (Thomas 1995, 5).

Dans une perspective différente, Langlois et Sauvageau ont testé l'hypothèse selon laquelle l'ombudsman doit être crédible auprès des journalistes afin de « contribuer à l'amélioration de l'information et du journalisme ». Ils ont observé que la plupart des journalistes reconnaissent l'utilité de l'ombudsman pour représenter les lecteurs, mais les journalistes du quotidien montréalais *The Gazette* doutaient alors majoritairement de son utilité pour eux et le trouvaient plus déprimant pour le moral des troupes que les journalistes du *Toronto Star* qui avaient une plus longue expérience de la présence d'un ombudsman que leurs collègues de Montréal (1989, 198). Les chercheurs ont aussi observé que les journalistes auprès desquels l'ombudsman de chaque quotidien est intervenu ont une meilleure opinion de son utilité que les autres (p. 204). De même, leur façon de travailler (attitude critique vs discussion dans la salle de rédaction) influence leur acceptation par le groupe (p. 207). Les auteurs estiment finalement que l'ombudsman est une institution crédible auprès des journalistes (p. 208).

Nemeth a mené une enquête auprès de 85 journalistes du *Courier-Journal* pour constater qu'ils ont une perception positive de la fonction d'ombudsman, 92% estimant qu'il s'agit d'une représentation nécessaire des lecteurs contre seulement 6% qui contestent son utilité en raison de la présence de pupitreurs (*editors*). Par ailleurs, 84% se sont opposés à la proposition voulant que la présence d'un ombudsman sape le moral des employés. Cependant, 40% estimaient que la présence de l'ombudsman les incitait à plus de prudence dans leur travail tandis que 25% étaient en désaccord avec cette affirmation et 34 % demeuraient neutres (Nemeth 2000, 61).

En l'absence de données probantes, la question de la légitimité interne des médiateurs de presse en France se pose néanmoins et mérite d'être examinée. Pour ce faire, nous avons procédé à une vaste enquête afin de documenter les attitudes et les opinions de journalistes.

Méthodologie

Nous avons sollicité l'opinion des journalistes des cinq médias ayant un médiateur de presse. Nous avons opté pour des médias diversifiés : le quotidien national *Le Monde* et deux quotidiens régionaux que sont *La Dépêche du Midi* et *Midi Libre*, ainsi qu'une télévision publique (*France 3*) et la radio publique RFI (*Radio-France International*). Nous avons eu accès à une banque de données contenant 1276 adresses de courriels de journalistes, réparties de la façon suivante : *France 3* (660), *RFI* (241), *Midi Libre* (58), *Le Monde* (266), *La Dépêche du Midi* (51). Un premier courriel a été envoyé à chacun de ces journalistes afin de l'inviter à répondre à un questionnaire en ligne. Ce premier message a été suivi de trois rappels et d'un dernier message annonçant la fermeture de l'accès au questionnaire en ligne. Cette opération s'est déroulée du 26 novembre au 31 décembre 2008. Ajoutons que sur les 1276 adresses courriels, plus d'une centaine (n=120) se sont révélées inopérantes pour diverses raisons (absence prolongée du journaliste, adresse n'existant plus, espace disque alloué au récepteur dépassé, etc.). Cela a été le cas au *Midi Libre* (n=11), au *Monde* (n=18), *France 3* (n=86), *RFI* (2) et *La Dépêche* (3). Une fois retirés ces courriels, notre échantillon s'élève à 1156 journalistes.

De ces 1156 journalistes, 204 ont accepté de participer à la recherche, mais seulement 115 (taux de réponse de 9,9 %) ont répondu complètement au questionnaire. En cours d'analyse, nous avons constaté qu'une médiatrice s'était retrouvée au sein de notre échantillon et son

questionnaire a été écarté. Dans un premier temps, le questionnaire était totalement libre et les journalistes pouvaient visualiser les questions sans y répondre. Nous avons modifié la situation afin que les journalistes soient obligés de répondre à une question s'ils voulaient passer à la question suivante.

Comme le questionnaire contenait des réponses quantitatives et qualitatives, il nous semble justifié de nous livrer à deux types d'analyse. Premièrement, en ce qui concerne l'analyse quantitative générale, nous ne retiendrons que les 113 questionnaires complétés par les journalistes de *RFI*, *France 3* et du quotidien *Le Monde*. La participation des journalistes de la presse quotidienne régionale a été trop faible (n=2) pour qu'on puisse les intégrer dans une catégorie significative sur le plan de l'analyse des résultats. Le taux de réponse inférieur à 10 % ne permet pas de prétendre à quelque généralisation que ce soit pour l'ensemble des journalistes des trois médias de notre étude, encore moins pour l'ensemble des journalistes de France dont le profil diffère de ceux des médias retenus. Néanmoins, puisque près de 10 % de tous les journalistes des trois médias retenus ont répondu à notre questionnaire en ligne, on peut y déceler des tendances qui pourraient être représentatives de l'ensemble. C'est dans cet esprit nuancé, entre non généralisation et représentativité relative, que nous allons analyser les résultats quantitatifs de l'enquête.

Deuxièmement, comme le questionnaire permettait aussi aux journalistes d'écrire des commentaires en réaction aux propositions et aux questions de l'enquête, nous considérons pertinent de tenir compte de l'ensemble des commentaires, même ceux qui proviennent de journalistes qui n'ont pas répondu à toutes les questions.. En effet, le but de la partie qualitative de notre recherche n'est pas de quantifier les différentes catégories de commentaires, mais bien

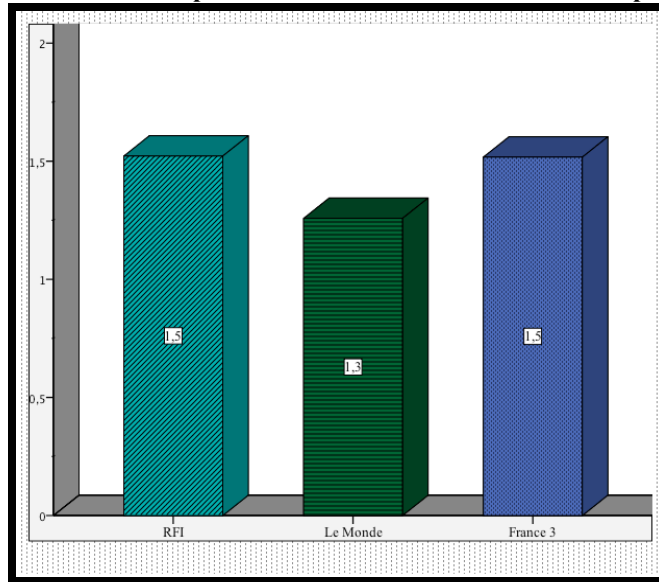
de les analyser afin d'identifier et de caractériser des catégories de sens. L'analyse qualitative est le lieu de prédilection pour reconstituer la « conversation » des journalistes sur plusieurs enjeux.

Résultats

Le fait que la fonction de médiateur de presse soit peu répandue dans la presse française peut s'expliquer de différentes façons. Pour certains médias, les ressources financières ne sont pas au rendez-vous. Mais pour d'autres, c'est la légitimité même de la fonction qui pourrait être en cause puisque tous ne sont pas convaincus de sa pertinence ou de son utilité. Nous avons cherché à mesurer la légitimité de cette fonction par l'intermédiaire de propositions qui réfèrent à différents arguments pouvant y être favorable ou non à la médiation.

Pour certains, la présence d'un médiateur de presse peut être considérée comme un facteur d'inhibition pouvant nuire à la liberté de la presse, car il implique une forme de surveillance sur le travail journalistique. Il est permis de croire que les journalistes qui vivent dans un média doté de ce dispositif pourraient partager cette inquiétude. Nous leur avons donc soumis la proposition suivante : *Les médiateurs de presse sont des menaces à la liberté de presse.*

Figure 1
Les médiateurs de presse sont des menaces à la liberté de presse



Avec une moyenne collective de 1,45³, on observe que la proposition est radicalement rejetée. En effet, plus de 89 % des journalistes ont choisi les valeurs 1 et 2 pour exprimer leur rejet d'une telle proposition.

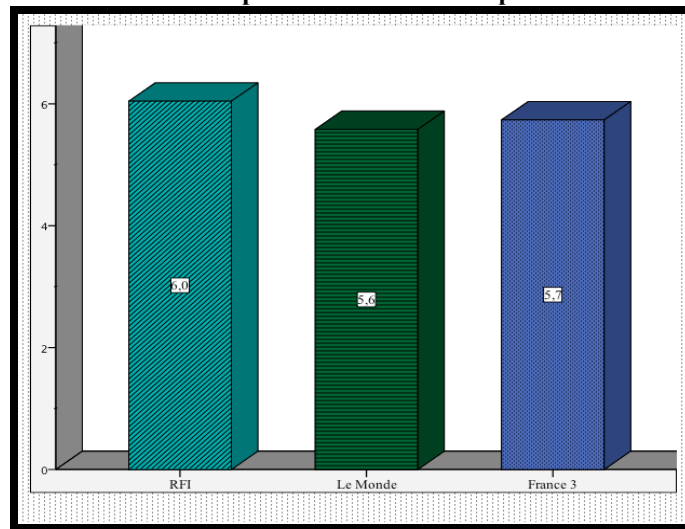
Les commentaires des journalistes permettent de saisir le sens des réponses quantitatives. Non seulement les médiateurs ne sont pas une menace, mais ils « *sont nécessaires au débat* » et « *la liberté n'est pas menacée dès lors qu'un débat peut s'installer sur le choix d'un reportage ou de la façon de le traiter* ». Néanmoins, la mise en cause ou la discussion de certains reportages doit être encadrée « *par un collège de journalistes et rédacteurs en chef* » et assumée par des médiateurs qui « *font leur travail honnêtement* ». Un risque pour la liberté de presse existerait si les médiateurs « *étaient des censeurs à la solde d'un pouvoir politique ou financier. À ma connaissance, ils ne le sont pas* ». Le médiateur peut même être bien perçu comme un allié par

³ Mode = 1, écart type = 0,97.

des journalistes, comme l'estime celui qui écrit que, dans son média, « *C'est un sage ou prétendu tel. Il défend avant tout les intérêts du journal* ».

Les premières réactions des journalistes laissent croire que le médiateur de presse ne soulève aucune objection. Mais d'autres indicateurs peuvent être mobilisés. On pourrait, par exemple, suggérer que plus une fonction est légitime, plus elle serait généralisable ou socialement acceptable. Ainsi, il est justifié de proposer que *Tous les médias d'information devraient avoir un poste de médiateur de presse*.

Figure 2
Tous les médias d'information devraient avoir un poste de médiateur de presse

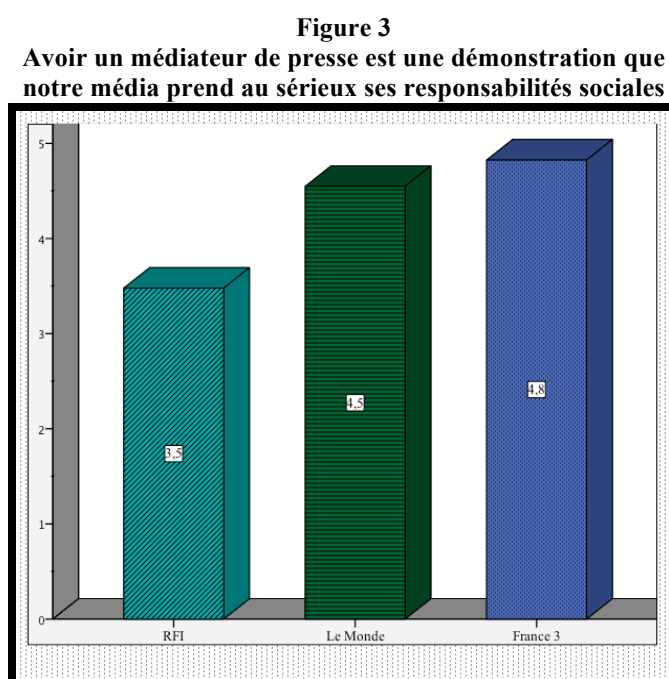


Cette proposition favorable à la fonction suscite une forte adhésion collective avec une moyenne de 5,75⁴. Ce score élevé cache cependant une certaine tiédeur chez certains répondants, tel ce journaliste qui écrit « *ça ne peut pas faire de mal...* », ou cette autre qui se limite à « *pourquoi pas ?* ». Un répondant manifeste son accord en faisant preuve d'un certain réalisme car le

⁴ Mode = 7, écart type = 1,57.

médiateur est « *bon pour l'image auprès des téléspectateurs* ». Si certains estiment que la médiation est « *indispensable* », on fera cependant valoir qu'un « *médiateur n'est utile qu'à partir d'une certaine taille. En dessous rien ne vaut le contact direct* ». Un autre avantage identifié est « *Pour la pédagogie et pour que les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs puissent avoir une réponse à leurs questions, leurs réactions, mécontentements ou félicitations...* ».

Alors que certains discréditent la médiation en y voyant une simple stratégie de relations publiques, on peut au contraire suggérer que le fait d'*Avoir un médiateur de presse est une démonstration que notre média prend au sérieux ses responsabilités sociales.*



Ici, la moyenne collective de 4,47⁵ cache des appréciations différentes, surtout entre *RFI* et *France 3* dont les moyennes diffèrent de façon significative sur le plan statistique. Il y a lieu d'ajouter qu'au moment de l'enquête, une controverse sévissait à RFI où le médiateur en poste,

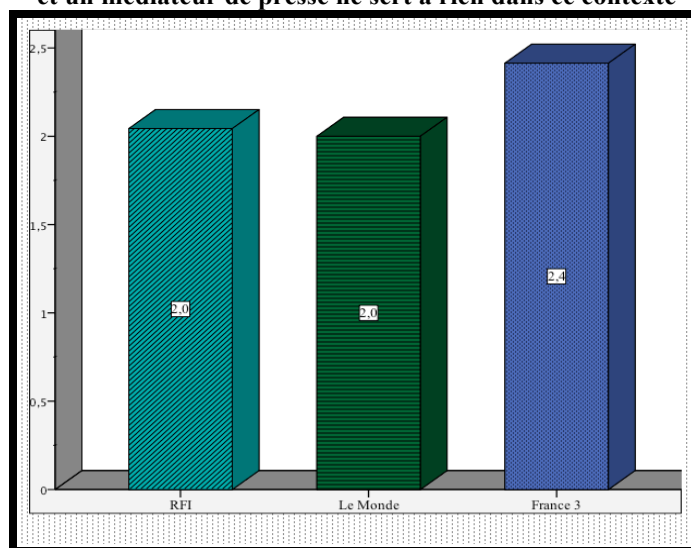
⁵ Mode = 6 et 7, écart type = 1,9.

après avoir critiqué certains événements à caractère politique, était limogé par une direction proche du gouvernement du président Nicolas Sarkozy. On peut comprendre la tiédeur des journalistes de RFI qui écriront tour à tour « *Oui. Mais c'est aussi une mode* », « *Une démonstration, non. Un signe, oui* », ou encore « *Ce n'est qu'une apparence* ».

À France 3, où la proposition est la mieux reçue, on est tout de même loin de la ferveur : « *faut pas prendre les gens pour des naïfs* », ou encore « *ce n'est pas parce que l'on a un médiateur que l'on prend automatiquement au sérieux ses responsabilités sociales* ». Même si elle se montre somme toute favorable à la proposition, une journaliste estime que « *cela peut aussi être juste un effet pour soigner son image* ». Mais une autre manifeste son appui en écrivant « *À France3 cela semble être le cas* ».

Une autre façon de mettre en cause la légitimité de la fonction de médiateur de presse serait de faire valoir son inutilité intrinsèque en raison des certaines limites du public auquel il s'adresse. Nous avons donc soumis la proposition *Le public ne peut pas comprendre les difficultés du travail de journaliste et un médiateur de presse ne sert à rien dans ce contexte*.

Figure 4
Le public ne peut pas comprendre les difficultés du travail de journaliste
et un médiateur de presse ne sert à rien dans ce contexte

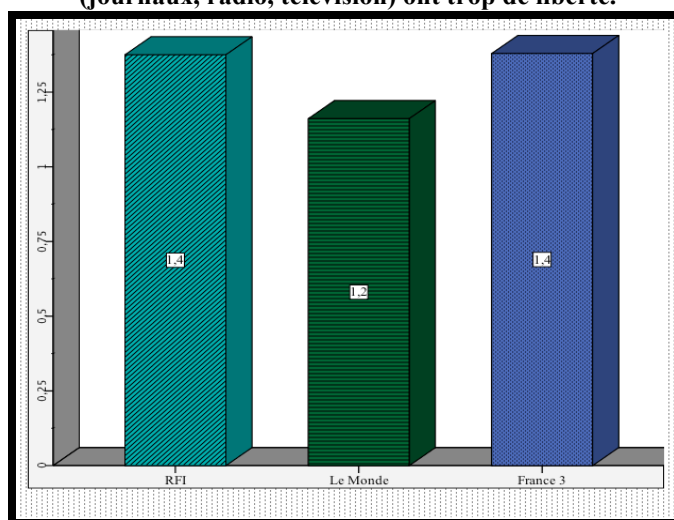


Cette proposition est fortement rejetée, avec un score moyen de 2,23⁶, mais avec moins d'intensité que celle voulant que le médiateur de presse soit une menace à la liberté d'expression. La proposition a généré un éloge du public de la part de journalistes selon lesquels un « médiateur peut aider, au contraire, à réduire cette ignorance », car s'il « assume bien son rôle il doit savoir faire la part des choses, prendre du recul et pointer aussi bien ce qui dérape, qu'expliquer les conditions d'exercice de la profession aux téléspectateurs ». D'autres font valoir qu'il est « vrai que ce n'est pas facile à expliquer, mais quelquefois ça aide », car le « public se doute bien que nous ne faisons pas notre métier dans une situation idéale » et « nos auditeurs et une grande partie du public peut comprendre si c'est bien expliqué... ». Un journaliste va plus loin en écrivant qu'il « serait condescendant et dangereux de penser que les journalistes appartiennent à une sorte de caste évoluant au-dessus du public ». Encore faut-il que ces explications soient diffusées de façon appropriée car « Chez nous, il dispose d'une petite fenêtre d'expression à une heure d'écoute moyenne ».

⁶ Mode = 1, écart type = 1,39.

Par ailleurs, la présence d'un médiateur pourrait se justifier afin de limiter de possibles de journalistes ou de médias qui abuseraient de leur liberté. Dans un premier temps, nous avons voulu mesurer la réaction des journalistes à la proposition *Les médias d'information traditionnels (journaux, radio, télévision) ont trop de liberté*. Même si la réponse à cette question peut sembler relever d'une grande évidence, c'est dans son rapport avec d'autres considérations qu'on pourra, plus loin, juger de sa pertinence. Du reste, l'enquête sociologique a intérêt à vérifier la solidité de certaines évidences qui sont autant de prénotions qu'on ne saurait pour autant éviter de visiter.

Figure 5
Les médias d'information traditionnels (journaux, radio, télévision) ont trop de liberté.



Une telle proposition est vivement rejetée par l'ensemble des journalistes, avec une moyenne de 1,32⁷, soit la plus petite observée jusqu'à maintenant. Les réponses des journalistes des trois médias ne diffèrent aucunement sur le plan statistique. Reste à voir maintenant comment certains y réagissent. Un journaliste explique sa réponse ainsi : « *Non, la question n'est pas celle de la*

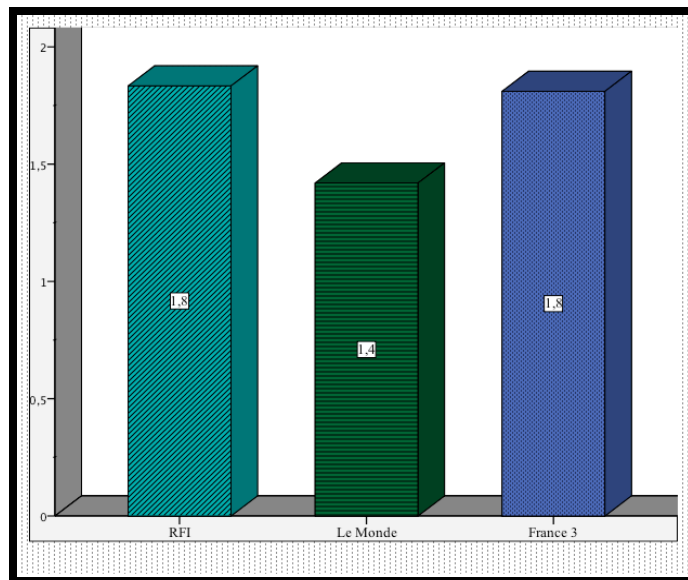
⁷ Mode = 1, écart type = ,862.

liberté, mais de l'usage qui en est fait. Et donc celle de la responsabilité sociale des médias et la manière dont ils considèrent celle-ci ». D'autres considèrent au contraire que la liberté de la presse est en régression en France « *Vu l'actualité récente (arrestation du directeur de la publication de Libération...), 35ième position de la France selon RSF [Reporters sans frontières], la liberté de la presse a du plomb dans l'aile »*, une position qu'appuie une journaliste pour qui « *c'est plutôt le contraire et c'est de pis en pis »*.

Bien entendu, on va concéder qu'il « *peut arriver que ces médias utilisent mal cette liberté. En ne se posant pas les bonnes questions, ou en cédant à l'effet de suivisme de l'information entre les médias concurrents »*, mais certains soutiennent qu'on « *n'a jamais trop de liberté !*»

Compte tenu du contexte politico-médiatique qui régnait en France à l'automne 2008, où bon nombre d'observateurs faisaient état des interférences de l'Élysée, on ne doit pas être surpris de constater que bien rares sont les journalistes qui considèrent qu'il y règne trop de liberté de presse. Néanmoins, est-il possible qu'une telle presse ait tout de même trop de pouvoir, c'est-à-dire qu'il y ait détournement ou abus d'une liberté déjà restreinte, et que ceci rende légitime la fonction de médiateur de presse ? Nous avons suggéré que *Les médias d'information traditionnels (journaux, radio, télévision) ont trop de pouvoir.*

Figure 6
Les médias d'information traditionnels
(journaux, radio, télévision) ont trop de pouvoir



Ici encore, le rejet des journalistes est très fort avec une moyenne de 1,70⁸, et on constate que 84 % des répondants ont choisi les valeurs intenses de 1 et 2 (contre 92 % pour la proposition précédente). Il y a une forte corrélation entre les moyennes obtenues pour ces deux propositions (,600). Les journalistes font bloc pour réfuter la thèse d'un excès de pouvoir, thèse souvent associée aux discours qui revendiquent davantage de dispositifs pour assurer la responsabilité sociale des médias et limiter leur pouvoir de nuisance.

Ici encore, le contexte politique de la France est évoqué. Une journaliste explique « *Surtout sous la présidence de Sarkozy, on voit l'aspect contre-pouvoir de la presse malheureusement s'amenuiser!* » Un autre est plus nuancé : « *Pas du tout d'accord, sauf pour la télé. Aujourd'hui, le poids de l'image est tel que l'émotion prime sur la réflexion* ». Mais il se pourrait que les médias aient eu trop de pouvoir par le passé comme le laisse entendre une journaliste qui écrit « *il*

⁸ Mode =1, écart type = 1,17.

suffit de suivre l'actu pour se rendre compte que ce n'est plus du tout vrai ». Un autre journaliste rejette catégoriquement cette proposition, mais il semble pourtant la partager par la longueur et le sens de son commentaire qui dénonce des formes d'abus :

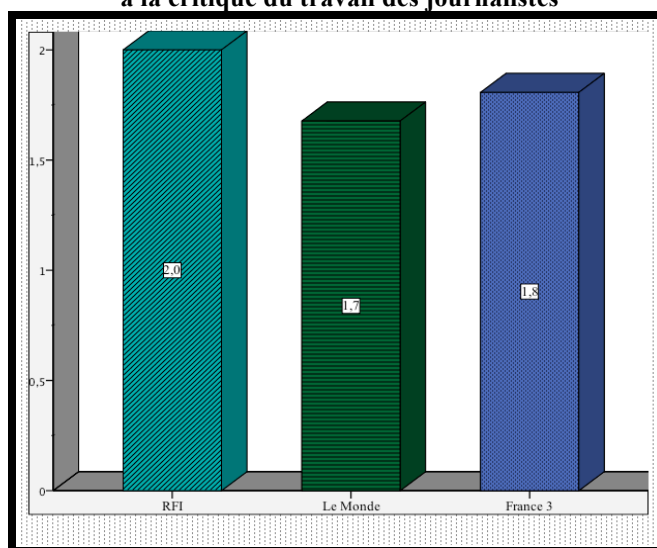
« Non, mais ils ont souvent le pouvoir de médire... Annoncer la mise en examen d'une personne "à chaud" au beau milieu de la couverture intensive d'une affaire très médiatisée, oublier de rappeler que cette personne est "présumée innocente" et négliger d'accorder à l'éventuel "non lieu" accordé à cette même personne l'importance que l'on avait donnée à sa "mise en examen", c'est effectivement assimilable à l'abus de pouvoir et à de la désinvolture professionnelle ».

S'ils soulignent le manque de liberté de la presse ou le fait qu'elle n'abuse pas de son pouvoir, les mêmes journalistes ne s'opposent pas à la présence d'un médiateur qui aurait pu être perçu comme un dispositif d'encadrement et de surveillance venant s'ajouter à des contraintes.

En effet, nos répondants sont d'avis que les médias ne sont pas trop libres et n'ont pas trop de pouvoir, mais ils souhaitent tout de même la présence de médiateurs de presse (près de 81 % des répondants favorisent cette proposition). C'est comme si la fonction était assimilée à une vigie ou à une veille déontologique de nature autocritique, et non à un dispositif de discipline rendu nécessaire en raison de débordements. Compte tenu du fait que l'idée de la médiation a été suggérée par le pouvoir politique, du moins pour les médias publics que sont RFI et France 3, on aurait pu observer des écarts significatifs entre les moyennes de ces médias et celle de leurs collègues du Monde. Il semble au contraire que la médiation n'a pas rencontré de résistance notable au sein des journalistes. S'il en est ainsi, on peut s'attendre à ce que qu'ils s'objectent à la

proposition suivante, qui questionne à sa façon la légitimité de la fonction : *Les médias ne devraient pas contribuer eux-mêmes à la critique du travail des journalistes.*

Figure 7
Les médias ne devraient pas contribuer eux-mêmes à la critique du travail des journalistes



Le rejet est catégorique (moyenne de 1,81⁹), mais moins que pour certaines autres propositions et son écart type est plus étendu. Toutefois, plus de 79 % des journalistes rejettent cette proposition (1 et 2) contre seulement moins de 3 % qui l'appuient (6 et 7).

Un journaliste affirme « *Au contraire. Mais il y a aussi un bon usage à faire de la critique, pour qu'elle soit constructive* » et on affirme même que la critique des médias appartient à tous : « *Bien sûr que si. Mais ils ne doivent pas être les seuls à le faire. Et les tribunaux civils jouent un rôle important* ». En fait, ce « *travail d'autocritique est indispensable* », d'autant plus que « *nous sommes les premiers à critiquer les mauvais comportements de certaines personnes, notamment des politiques. C'est la moindre des choses que l'on regarde aussi notre travail* ». Il est important,

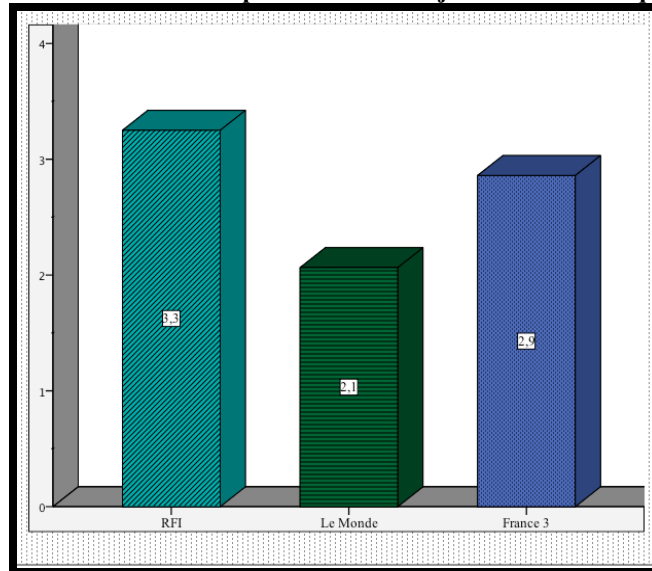
⁹ Mode = 1, écart type = 1,34.

cependant, que la critique demeure *interne* et ne concerne pas les autres médias, ce qu'exprime l'un d'eux quand il écrit « *Si cela reste dans le cadre du média en question* ».

Mais tous n'adhèrent pas à l'équation qui relierait médiation et critique. Ainsi, un répondant écrira « *Je ne ressens pas la médiatrice comme quelqu'un qui contribue à la critique du travail des journalistes* ». Une des rares journalistes à se montrer d'accord avec la proposition affirme pour sa part que les « *médias et les journalistes doivent veiller au respect de l'éthique de la profession ce qui ne passe pas forcément par la critique* ». Dans le premier cas, on peut croire que le répondant associe la médiation à une opération de relations publiques, comme le font certains auteurs, tandis, que dans le second cas, on peut croire que le journaliste préfère la fonction pédagogique de la médiation.

Par ailleurs, la médiation de presse coûte cher et plusieurs auteurs ont déjà fait valoir que cela était un empêchement majeur à la multiplication de cette fonction dans des entreprises de presse qui peinent parfois à générer les bénéfices attendus par les propriétaires et actionnaires. Pour certains, cet argent serait mieux investi si on le consacrait à des genres journalistiques comme le reportage et l'enquête. Pour vérifier si cet argument a l'adhésion des journalistes de notre enquête, nous avons proposé que *Les budgets consacrés aux médiateurs de presse seraient mieux utilisés pour favoriser le journalisme d'enquête*. Rappelons que pour plusieurs journalistes et observateurs des médias, il s'agit du genre journalistique le plus noble dont la légitimité pourrait, à la rigueur, s'imposer devant celle de la médiation.

Figure 8
Les budgets consacrés aux médiateurs de presse
seraient mieux utilisés pour favoriser le journalisme d'enquête



Cette proposition est largement rejetée avec un score moyen de 2,72¹⁰. Plus de 60 % des répondants s’y opposent de façon intense (1 et 2), mais près de 12 % sont fortement en accord (6 et 7).

Chez certains, la réaction est vive, telle cette journaliste qui écrit « *ça n'a rien à voir!* » ou son collègue qui ajoute « *Il y a beaucoup d'autres dépenses contestables...* ». Une autre est d’avis qu’il « *faudrait les deux. Le journalisme d'enquête n'existe plus du tout dans mon média, c'est bien dommage, je dirais même que c'est terrible* », un commentaire formulé par d’autres également. De toute façon, on fait valoir qu’il « *faut refuser ce choix!* », d’autant plus que « *je ne suis pas sûr que le budget du médiateur soit si conséquent que cela pour “favoriser le journalisme d'enquête”* », ce qu’un autre exprime autrement : « *Disons qu'on manque de fric pour un travail de fond, mais je ne suis pas sûr que le seul salaire du médiateur suffirait à*

¹⁰ Mode = 1, écart type = 1,89.

financer des enquêtes... Sur des choix rédactionnels aussi stratégiques que la décision de donner plus de temps aux journalistes, c'est la direction qui décide ».

Analyse de corrélations

L'analyse des données qualitatives et quantitatives de notre enquête permet de constater que les médiateurs de presse français bénéficient d'une importante légitimité interne qui s'exprime par l'acceptation de la fonction et un soutien qui fait l'objet d'un large consensus auprès des journalistes des trois médias. Néanmoins, une prise en compte des corrélations statistiquement significatives entre les divers indicateurs nous permet de raffiner notre analyse et de formuler deux constats¹¹.

Une première constatation est qu'il existe au sein de notre échantillon des journalistes **réfractaires** qui partagent certaines attitudes et opinions défavorables à la médiation de presse dans un cadre analytique qui semble cohérent. Ainsi, ceux qui sont d'accord pour dire que *Les budgets consacrés aux médiateurs de presse seraient mieux utilisés pour favoriser le journalisme d'enquête* sont aussi enclins à soutenir des propositions telles *Les médias ne devraient pas contribuer eux-mêmes à la critique du travail des journalistes*, *Les médiateurs de presse sont une menace à la liberté de presse* ou encore *Le public ne peut pas comprendre les difficultés du travail des journalistes et un médiateur de presse ne sert à rien dans ce contexte*. Même si la corrélation est faible, ils sont aussi d'avis que *Les médias d'information traditionnels (journaux, radio, télévision) ont trop de pouvoir*. Il est permis de croire que pour ces **réfractaires**, la médiation n'est pas la solution pour limiter ce pouvoir, si tant est qu'ils souhaitent une quelconque solution à une situation qui n'est peut-être pas problématique pour eux. Peut-être aiment-ils profiter de ce pouvoir ? Du reste, et de

¹¹ Les corrélations dont il est question ici varient entre 0.05 et 0.01.

façon cohérente, ces **réfractaires** sont aussi ceux qui rejettent le plus la proposition disant *Tous les médias d'information devraient avoir un poste de médiateur de presse*. Ils ne sont pas d'accord, non plus, pour dire qu'*Avoir un médiateur de presse est une démonstration que notre média prend au sérieux ses responsabilités sociales*.

Un deuxième constat est que les **supporteurs** de la médiation partagent un ensemble de convictions. Ils adhèrent à la proposition selon laquelle *Tous les médias d'information devraient avoir un poste de médiateur de presse*. Ils sont aussi fortement d'accord pour dire qu'*Avoir un médiateur de presse est une démonstration que notre média prend au sérieux ses responsabilités sociales*. Ces partisans de la médiation rejettent la proposition voulant que *Les médias d'information traditionnels (journaux, radio, télévision) ont trop de pouvoir*. De même, ils rejettent fortement la proposition voulant *Les médiateurs de presse sont des menaces à la liberté d'expression*.

Conclusion

En France, la médiation de presse est une pratique novatrice qui a vu le jour en 1994 en s'inspirant de l'expérience des ombudsmen de la presse anglo-saxonne, et en réaction à des débordements qui ont mis en cause la crédibilité des médias. Pour les journalistes français, jaloux de leur autonomie professionnelle, une telle initiative aurait pu être l'objet d'un rejet important si elle avait été assimilée à une volonté de contrôle de leur travail ou encore à un empiètement sur leur liberté.

Même si nous avons observé l'existence d'une minorité de **réfractaires**, la médiation de presse jouit d'une légitimité interne difficilement contestable, du moins au sein des trois médias de notre

enquête. Ce constat pourrait être de nature à favoriser la création de nouveaux postes de médiateurs, mais d'autres facteurs sont en cause. En effet, outre le fait qu'une entreprise de presse doit avoir la capacité financière pour assumer les coûts de la fonction, il faut aussi s'assurer que celle-ci sera crédible et efficace, et que celui ou celle qui en aura la charge aura l'autonomie la plus complète dans l'exécution son mandat. Notre programme de recherche va aborder ultérieurement ces aspects.

Bibliographie

AGNÈS, Yves (2008), « Les médiateurs de presse en France », *Cahiers du journalisme*, no 18, p. 34-46.

BERNIER, Marc-François (2005), *L'ombudsman de Radio-Canada : protecteur du public ou des journalistes?*, Québec, Presses de l'Université Laval.

BROTEL, Émilie (2004), *Les médiateurs de presse en France, logique de dialogue, rôle déontologique ou fonction alibi ?*, Université Pierre Mendès France, IEP Grenoble.

CAMPBELL, Kim (2000), «This is a job for... ombudsman», *Christian Science Monitor*, 6 juillet 2000 (www.britanica.com/magazine/print?content_id=190930).

CHAMPAGNE, Patrick (2000), «Le médiateur entre deux Monde», *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 131, No 1, p. 8-9. Champagne se livre à une analyse critique de la médiation au quotidien *Le Monde*.

FERREIRA-MAIA, Kenia (2004), «Médiateur de presse: un métier en quête de légitimité professionnelle», *Les Cahiers du journalisme*, no 13, printemps 2004, p. 292-304.

LANGLOIS, Simon et SAUVAGEAU, Florian. «L'image de l'ombudsman de presse dans deux quotidiens canadiens», *Communication*, vol. 10, nos 2-3, automne 1989, p. 189-210.

MESQUITA, Mário. «La médiation solitaire de l'ombudsman de presse», *Recherches en Communication*, no 9, 1998, p. 83-92.

NEMETH, Neil. «A News Ombudsman as an Agent of Accountability» in PRITCHARD, David. *Holding the Media Accountable: Citizens, Ethics, and the Law*, Indianapolis, Indiana University Press, 2000b, 203 p., p. 55-67.

PÉPIN, Patrick (2008), « Vertus, faiblesses et ambiguïtés de la médiation de presse », *Les cahiers du journalisme*, no 18, p. 11-18.

STARCK, Kenneth et EISELE, Julie, « Newspaper Ombudsmanship As Viewed by Ombudsmen and their Editors», communication faite devant l'Association for Education in Journalism and Mass Communication, congrès annuel, août 1998, Baltimore, (<http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9902A&L=aejmc&P=R10092>).

THOMAS, Maggie B. *News Ombudsmen: An Inside View*, conférence présentée au congrès international de l'Organization of News Ombudsmen, Fort Worth, Texas, 8 mai 1995, 20 pages (www.infi.net/ono/mthomas.html).