

> NOTES DE RECHERCHE

AURÉLIE AUBERT

Communication information médias
Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3
aurel.aubert@wanadoo.fr

D'UNE PRISE DE PAROLE DANS LES MÉDIAS À UNE PRISE DE POUVOIR SUR LES MÉDIAS ? LES COURRIERS AU MÉDIATEUR. DE LA RÉDACTION DE FRANCE 2

Résumé. — Nous proposons une synthèse de l'étude menée sur le phénomène de la prise de parole des téléspectateurs, au travers de l'étude des courriers envoyés par des téléspectateurs au service de la médiation de l'information de France 2. Ces courriers correspondent à des interrogations de la sphère publique sur les médias, dans une perspective qui mêle l'engagement citoyen à une forme de quête identitaire. L'étude de la prise de parole des téléspectateurs permet de mieux comprendre le rapport de l'individu à l'information, aux médias et à la citoyenneté, dans un contexte où le développement des nouvelles technologies ouvre de plus en plus de perspectives aux usagers des médias pour commenter l'information, voire l'élaborer eux-mêmes.

Mots clés. — Publics de télévision, courriers, réception, international, réactivité, actualité.

Les points de vue et opinions des citoyens se multiplient dans tous les supports médiatiques : courriers des lecteurs des quotidiens, participations écrites dans les forums électroniques et *blogs*, mise en scène des opinions individuelles au sein de multiples émissions de télévision... Toutes ces formes d'intervention signalent que de nouveaux rapports s'institutionnalisent entre médias d'information traditionnels et usagers, la tendance actuelle consistant souvent à mettre à distance le travail des journalistes professionnels pour proposer ses propres interprétations sur l'information. Il apparaît donc pertinent d'étudier les enjeux de cette prise de parole en analysant les courriers (le plus souvent électroniques) envoyés aux grands médias d'information, car ils sont autant d'indices permettant de mieux connaître les publics médiatiques dans un contexte marqué, d'une part, par une méfiance importante vis-à-vis de la profession journalistique, d'autre part, par un usage des différents médias qui se veut plus personnalisé.

Les messages reçus par le service de la médiation de l'information de France 2 (plus d'une centaine de messages de téléspectateurs réagissant à l'actualité traitée par la chaîne y parviennent chaque jour), représentent un corpus d'étude approprié pour mieux en cerner les spécificités. Ces messages s'inscrivent dans de nouvelles formes d'expression, façonnées conjointement par les nouvelles technologies et les évolutions de l'individualisme contemporain. Une analyse de cette correspondance offre des perspectives de recherche pertinentes quant au rapport des individus à leur propre identité, aux médias et à la citoyenneté. Cette étude montre qu'un repositionnement de l'individu par rapport à l'actualité s'est effectué (il ne la subit plus, mais la commente, se l'approprie et, parfois, la crée lui-même dans une perspective qui préfigure un mouvement plus large) et signale aussi les variations par rapport aux engagements des individus dans l'espace public : engagements peu « impliquants » et, parfois, détournés, dont il faut cerner les contours car ils permettent d'approcher de nouvelles modalités d'actes politiques¹.

¹ Cette contribution reprend certains résultats de la thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication que nous avons consacrée à l'étude des courriers envoyés au médiateur de l'information : *Quand le téléspectateur réagit à l'actualité internationale : de la prise de parole critique à la revendication citoyenne. Étude et analyse des messages reçus par le médiateur de l'information de France 2 en 2001 et 2002* (2006). Nous tenons à remercier vivement J.-Cl. Allanic, médiateur de la rédaction de France 2 de juillet 2000 à juillet 2005, grâce à qui cette recherche a pu être menée à bien.



D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

S'adresser au médiateur de l'information de France 2

Créé en 1998 à France 2, le service du médiateur de la rédaction répondait alors à un manque de crédibilité du journalisme télévisé auprès des téléspectateurs. Le médiateur, chargé de sélectionner les plaintes récurrentes de la semaine quant au traitement de l'actualité par les journalistes de la chaîne, a également pour mission de créer un dialogue entre journalistes et téléspectateurs, dans une émission à but explicative et citoyenne : *L'Hebdo du médiateur*. Cependant, le développement de l'internet domestique et l'évolution de l'interactivité entre médias et publics ont conduit à une augmentation drastique du volume de courrier reçu au sein de ce service, transformant l'objet de la mission du médiateur². Alors que celui-ci devait initialement répondre à des critiques ciblées sur le traitement de l'actualité, il se trouve aujourd'hui face à des centaines de messages électroniques reçus chaque jour. Ces messages peuvent être des critiques d'ordre général sur les médias, des lectures attentives sur les reportages, ou encore des demandes d'explication ou de précisions, mais aussi et surtout, des prises de position d'ordre politique, économique ou social ainsi que des commentaires de l'actualité, selon des critères spécifiques et variés, propres à chaque individu. Le médiateur devient donc un interlocuteur privilégié pour des publics qui n'ont pas de revendications précises à lui soumettre, mais qui lui envoient plutôt leurs propres décodages des faits, à l'aune d'expériences et de valeurs personnelles.

Étudier le rapport de ces publics à l'information, aux médias et à la citoyenneté, pourrait se faire au travers de l'analyse des réactions aux événements politiques ou sociaux. Dans cette recherche, nous avons néanmoins fait le choix d'analyser la question sous l'angle de la perception de l'actualité internationale qui semblait également pertinent. En effet, ce choix permet d'étudier des réactions à une actualité généralement non prévue par l'agenda médiatique, contrairement à l'actualité politique ou sociale. De plus, les réactions à l'actualité internationale, dans la mesure où elles émanent de publics variés – notamment ceux qui réagissent à ce qui se passe dans leur pays d'origine – permettent de faire émerger des représentations en termes culturels ou ethniques. La perspective

² Le premier médiateur de la rédaction de France 2, D. Epelbaum, en poste de 1998 à 2000, recevait en moyenne 3 000 courriers électroniques par an. En 2001, le service a reçu environ 20 000 e-mails, ce chiffre est passé à plus de 36 000 en 2002 et semble s'être stabilisé dans les deux années qui ont suivi. Le nombre de courriers « papier », c'est-à-dire des lettres manuscrites ou dactylographiées varie peu : le médiateur en reçoit environ 4 500 par an.



transnationale est donc un moyen de cerner non seulement les processus identitaires, les articulations entre le global et le local chez le public français, mais aussi les perceptions du monde actuel, forgées autour d'ancrages identitaires et d'histoires biographiques. Cet angle permet enfin de mêler des événements à la fois politiques et sociaux et des questions relatives à la mondialisation de l'économie qui influent sur l'actualité nationale française³.

Notre analyse s'est centrée sur l'ensemble du courrier reçu concernant l'actualité internationale des années 2001 et 2002, au service de la médiation de l'information. Il s'agit de deux années charnières pendant lesquelles le volume du courrier reçu a considérablement augmenté, mais aussi de deux années au cours desquelles la teneur de l'actualité à l'étranger s'est transformée, avec l'irruption brutale du terrorisme sur la scène américaine le 11 septembre 2001. Cet événement fournira, dans ces pages, une étude de cas permettant de rendre compte de certaines caractéristiques du corpus. Nous nous sommes ainsi placée sous l'angle du récepteur et de sa production écrite en alliant, dans une approche théorique et méthodologique, une volonté de comprendre les conditions sociales de l'acte d'écriture (Pasquier, 1999), ainsi que le désir d'analyser les formes et les thèmes des discours tenus par les téléspectateurs (Soulez, 2005 ; Mehl, 2005)⁴.

³ Pour connaître la part relative des messages consacrés à l'actualité internationale, on se référera aux rapports annuels du médiateur de France 2. En 2002, par exemple, le médiateur affirme avoir reçu 15 677 réactions à propos des JT dont 1 319 qui concernent l'actualité à l'étranger et 3 906 uniquement axés sur le Proche-Orient. Les messages classés par le médiateur comme consacrés aux événements « politiques » sont au nombre de 4 045, ceux consacrés à l'économie ou au social sont au nombre 1 037. En pourcentage, les courriers reçus sur le thème de l'actualité internationale représentent, en 2002, 33,3 % des courriers reçus, soit un tiers de l'ensemble (source : J.-Cl. Allanic, *Rapport annuel 2002 du médiateur de l'information*, p. 10).

⁴ La question de la citoyenneté et du civisme est soulevée par D. Mehl dans un examen des courriers de téléspectateurs reçus au service de la médiation des programmes de France 2. Publiée en 2005 dans *Réseaux*, cette recherche menée dans le service voisin de celui où nous avons travaillé confirme certaines de nos propres intuitions sur ces courriers envoyés par des téléspectateurs plus représentatifs que ce que l'on pourrait supposer. Selon D. Mehl (2005 : 146), ce courrier « donne à entendre des impressions partagées plus largement par la masse des spectateurs [...] ». Il est comme l'écume de ce bassin d'audience ». La question de la citoyenneté, s'exprime sur des questions d'appel au civisme, d'appel à l'équité du temps de parole, à une représentation équitable de tous les courants de pensée, dans un langage teinté de colère ou d'indignation le plus souvent. Pour sa part, G. Soulez (2005) a analysé des courriers de téléspectateurs sous l'angle du discours rhétorique pour proposer une typologie des répertoires de réactions des publics : le militant, l'utilisateur, la victime, le spécialiste.



D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

Le positionnement argumentatif des correspondants

Écrire à une chaîne de télévision nationale qui donne à ses usagers une possibilité de dialogue avec une instance susceptible de recueillir leur parole, suppose que ces correspondants cherchent à publiciser leur propre opinion sur l'actualité. En émettant un avis sur un fait d'actualité, en critiquant la télévision en vue d'une possible amélioration des pratiques journalistiques, les individus qui prennent la peine d'écrire indiquent leur intérêt pour la chose publique, tout en se positionnant en tant que sujets-acteurs de la vie de la Cité. L'engagement dont il est fait preuve est aussi un engagement plus quotidien que traditionnel qui témoigne de la montée des nouvelles formes de participation aux affaires publiques, sous d'autres formes que la participation électorale, elle, en déclin (Ion, 2001). La conscience politique de ces publics médiatiques est pourtant toujours en éveil, même si elle l'est faiblement (Céfaï, Pasquier, 2003). Interpellés par les événements, les images, les commentaires des journalistes ou des intervenants sur les plateaux du journal télévisé, ils ressentent une empathie avec les acteurs d'une actualité souvent dramatique, alors que ceux-ci n'ont souvent qu'un rapport lointain avec leurs propres préoccupations. Ce souci des situations vécues par d'autres individus inconnus mais dont ils peuvent se sentir proches, la nécessité de ne pas rester indifférents à des situations d'urgence, structurent leurs actes et ceux-ci s'expriment, par exemple, dans l'envoi d'un message à une grande chaîne de télévision dont la rapidité et la facilité d'Internet ont accru le nombre. La démarche de l'écriture s'inscrit dans une « citoyenneté du quotidien », pour reprendre l'expression de la sociologue Nina Eliasoph (2001)⁵ : on n'est pas sûr que son message portera ; il est parfois écrit sous le coup de la colère, mais on pense qu'éventuellement, en s'agrégeant à d'autres demandes du même type, il pourra avoir un effet. Par la même occasion, il permet de s'affirmer soi-même en posant un acte qui a souvent trait à l'expression d'une opinion personnelle ou d'un commentaire original.

Dans *L'Amour et la justice comme compétences*, Luc Boltanski (1990) expose la construction des arguments critiques émis par des acteurs sociaux visant à dénoncer une situation donnée. Son modèle a pour vocation d'éclairer la façon dont les personnes mettent en œuvre leur sens de la justice pour se livrer à la critique. L'analyse qu'il convoque dans le chapitre intitulé « La dénonciation », sans être comparable à la nôtre,

⁵ N. Eliasoph (2001 : 111-112) : « On ne peut qu'être d'accord avec ceux qui affirment qu'un nombre croissant de gens, à mesure que se distendent les liens qui les unissaient aux ancrages que constituaient la religion traditionnelle, la culture locale et les partis politiques traditionnels, éprouvent un besoin plus profond et plus fréquent [...] d'individualité. Le caractère démocratique qui était jadis une possibilité politique souhaitable est à présent une nécessité personnelle et politique ».



possède cependant quelques traits communs : elle est fondée sur un ensemble de lettres (275) envoyées au quotidien *Le Monde* au service des informations générales, visant à être publiées dans des pages qui accordent une place à des événements rencontrés par des personnes et dans des circonstances ordinaires, tout en faisant valoir une valeur exemplaire et une portée générale. Cette approche a été une source d'inspiration pour comprendre les motivations des téléspectateurs à écrire et les registres de la protestation dans lesquels ils s'inscrivent. En effet, les messages que nous avons étudiés participent des dispositifs traditionnels de la critique publique qui se sont multipliés avec les vecteurs permettant d'exprimer son opinion dans les médias. Les formes argumentées d'intervention dans l'espace public permettent à ces critiques de s'organiser autour d'une « grammaire » de la plainte ou de l'indignation, pour reprendre l'expression forgée par Luc Boltanski. Ainsi choisit-on de s'exprimer en public en donnant à son propos un relief particulier, en organisant ses doléances de manière à leur donner un tour personnel ou général. De manière sous-jacente, on peut percevoir chez les correspondants étudiés une volonté d'ériger sa plainte ou son mécontentement selon un dispositif relevant de l'universalité. Dans le cas de cette recherche, nous avons identifié trois types de prises de parole que nous avons catégoriser de la manière suivante : critique, identitaire et citoyenne. Dans les messages, ces trois modes s'articulent et s'entremêlent bien souvent.

Portrait du téléspectateur, correspondant du médiateur

Identité sociodémographique des correspondants

L'enquête⁶ menée sur le sexe des correspondants fait apparaître la répartition suivante : les hommes sont très largement majoritaires (63 %), tandis que les femmes ne représentent que 23 % de cette population. Les

⁶ Enquête statistique menée sur un échantillon de 2 234 messages reçus au service de la médiation en 2001 et 2002. Nous avons codé statistiquement plusieurs données observables de ces messages envoyés au médiateur : notamment le sexe des correspondants, les formules utilisées pour se présenter, les signes d'appartenance que les correspondants livrent sur eux mêmes, mais aussi les objets des messages (voir tableau I) et les références les plus fréquemment employées par les correspondants pour se justifier.

D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

groupes et mouvements collectifs⁷ qui écrivent en réaction à un événement particulier représentent une proportion de 2 % des correspondants. Cependant, pour 11 % d'entre eux, il est impossible de déterminer avec certitude le sexe du correspondant, en raison de l'anonymat de la lettre ou d'une adresse *e-mail* insuffisamment claire. On dénombre également 0,4 % de correspondants qui s'expriment au nom de leur famille et 1,2 % qui signent en couple.

Du point de vue des caractéristiques sociodémographiques, il semble beaucoup plus difficile d'établir un portrait fiable des correspondants du médiateur, dans la mesure où ces derniers ne répondent pas à une enquête statistique et ne mentionnent spontanément ni leur âge, ni leur profession. Ainsi cette enquête fait-elle apparaître que 4,6 % des correspondants seulement indiquent leur âge, tandis que 9,3 % mentionnent leur profession⁸. On constate une réticence certaine à dire sa profession, surtout lorsqu'elle n'est pas considérée comme « valable » ou « recevable » pour effectuer une critique sur les médias. Un enseignant se nommera plus volontiers qu'un ouvrier ou un simple cadre qui se considéreront comme moins « légitimes » en fonction d'une profession vécue comme non pertinente, car n'ayant pas de rapport direct avec ce qui est écrit. C'est la raison pour laquelle les enseignants sont surreprésentés dans ce corpus : se signalant plus aisément, ils semblent plus nombreux que les autres professions qui sont simplement moins mentionnées. Paradoxalement, les chômeurs se nomment facilement, assortissant leurs lettres d'une certaine véhémence. En effet, la lettre est parfois, l'occasion pour une personne marginalisée de se faire entendre.

Du point de vue des appartenances mentionnées par les téléspectateurs, c'est l'origine géographique qui prédomine (22,3 % mentionnent leur ville, 10 % leur nationalité ou leur pays d'origine). 9 % des correspondants étudiés mentionnent également leur communauté ethnique et 3,4 % leur religion. Ces chiffres ne concernent cependant que ceux qui font part de leur origine ou de leurs signes d'appartenance distinctifs, ils ne prennent donc pas en compte tous les correspondants qui réagissent souvent à un événement sur des critères identitaires, mais ne l'expriment pas ouvertement.

⁷ Pour identifier les mouvements collectifs, nous nous fondons sur les indications explicites données dans le message par les correspondants. Certains messages parfois ambigus dans la formulation sont également classés dans les « mouvements collectifs » quand ils sont reçus à plusieurs reprises sous une forme totalement identique, dans ce cas là, nous ne les avons comptabilisés qu'une seule fois dans les différents traitements statistiques.

⁸ Selon une enquête de V. Goulet (2004), sur 995 messages reçus entre 1999 et 2001 par le médiateur de la rédaction de France 2, la majorité des correspondants est issue des classes moyennes et supérieures, alors que les classes populaires s'expriment moins.

Le téléspectateur, critique et chroniqueur de l'actualité

Initialement, la médiation de l'information avait été créée pour permettre aux usagers de l'audiovisuel public d'exprimer leurs remarques et critiques sur le traitement de l'actualité et pour favoriser le dialogue entre deux sphères : celle des publics et celle des journalistes. Peu à peu, on constate que la critique du traitement de l'actualité cède de plus en plus la place à des commentaires sur elle-ci, même si la part des critiques reste majoritaire. Ainsi le téléspectateur tend-il à devenir un expert sur l'information : il utilise moins le service de médiation pour tenter d'améliorer la qualité des pratiques journalistiques que pour se positionner en tant que chroniqueur de l'information, comme le montre le tableau suivant qui présente la répartition des objets des messages⁹.

Tableau I : Objet des lettres et messages électroniques reçus par le médiateur¹⁰.

Objet des messages reçus	Effectifs	Fréquence
Commentaire	1088	48,7 %
Critique sur le fond	770	34,5 %
Critique sur la forme	399	17,9 %
Critique sur le fond et la forme	339	15,2 %
Prise de position idéologique	152	6,8 %
Expertise	133	6,0 %
Relais d'un communiqué	71	3,2 %
Réaction à chaud	59	2,6 %
Demande d'informations complémentaires	58	2,6 %
Autre	5	0,2 %
Total	2 234	

En additionnant les pourcentages des différents types de critiques, il apparaît que celles-ci représentent plus de 67 % des messages. Dans le même temps, près de la moitié de ces messages font aussi part de l'opinion des téléspectateurs sur cette actualité. Ces derniers utilisent donc ce service comme un moyen d'expression, puisqu'ils considèrent que leur

⁹ L'objet du message est évalué en fonction des remarques faites par le téléspectateur dans son message. Si le téléspectateur évoque clairement le traitement de l'information, son message peut être une critique sur la forme, une critique sur le fond, et, le plus souvent mêle les deux (critique sur le fond et la forme). Le message est classé comme un commentaire s'il porte les opinions personnelles du correspondant sur l'événement d'actualité et comme une prise de position idéologique s'il porte la marque de doctrines ou d'idées visant à influencer sur le comportement individuel ou collectif. La réaction à chaud émane de téléspectateurs qui interviennent dans les premières heures d'un événement pour apporter un témoignage ou une première réaction non argumentée. L'expertise est évaluée grâce aux termes techniques employés par le téléspectateur prouvant sa familiarité avec ce qu'il décrit.

¹⁰ Les messages peuvent être classés dans plusieurs catégories, d'où un total supérieur à 100 %.



D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

avis peut être répercuté à l'antenne ou aux journalistes. Le service est également utilisé pour signifier aux médias ses positions idéologiques, ainsi que pour envoyer des communiqués en lien avec une affaire débattue dans l'actualité. La demande d'informations complémentaires sur une affaire n'occupe que 2,6 % de l'ensemble, ce qui laisse supposer que les téléspectateurs qui écrivent, s'ils ne sont pas satisfaits du travail des journalistes, ne le sont pas sur des points de détail, mais sur l'ensemble de ce travail qu'ils envisagent de repenser, d'expertiser, de remplacer éventuellement, si l'on prend en considération que 6 % des messages analysés (la catégorie des expertises) proposent aux journalistes une aide pour mieux comprendre les enjeux internationaux ou les subtilités d'un pays ou d'un métier.

La prise de parole « critique » – par rapport à deux autres types de prises de parole que nous avons qualifiée d'identitaire et de « citoyenne » – émane de téléspectateurs qui, dans leurs lettres, adoptent la posture de garants de l'éthique des médias et qui cherchent à moraliser la vie médiatique. Leurs positions sont profondément inspirées d'anciennes traditions critiques envers la télévision, accusée, dès les années 50, de pauvreté du point de vue des contenus et de vulgarisation manquée. La critique envers les médias est devenue systématique depuis une vingtaine d'années, aggravée par les dérives de l'affaire du faux charnier de Timisoara et celles de la guerre du Golfe au début des années 90. Elle a trouvé sa place dans les médias eux-mêmes qui mettent en scène leur autocritique, ainsi que dans des structures associatives de critiques des médias (ACRIMED, Observatoire français des médias) dont les écrits critiques des téléspectateurs portent des traces. La lecture des messages « critiques » montre que la vision du journalisme élaborée par ces individus est une vision largement idéalisée de la profession, reposant sur des qualités érigées en valeurs : l'objectivité, la neutralité, l'équité, la recherche de la vérité. Ces valeurs ont une visée universalisante et cherchent à se fonder en normes relatives à l'intérêt public dont les journalistes, devraient être les plus fidèles garants. Mais, à cet exercice, les téléspectateurs qui interviennent se heurtent à ce qui doit être une définition universelle de l'intérêt public et de ce qui doit constituer une norme d'objectivité puisque certains requièrent aussi de l'engagement de la part des journalistes de télévision auxquels il est parfois demandé de prendre parti idéologiquement sur certaines questions. Or, débusquer et analyser une information utile aux enjeux relevant du débat public nécessite parfois pour le journaliste de taire certaines de ses sources, d'orienter la teneur de ses articles pour mieux faire ressortir les dangers potentiels, etc., autant d'arrangements avec les normes d'intérêt public qui ne sont pas pris en compte par ces « garants de l'éthique » et qui soulignent que les attentes des publics sont plurielles en matière d'information (Bernier, 2005).



Une prise de pouvoir sur la fabrication de l'information ?

La prise de parole des téléspectateurs permet, enfin, de constater que le rôle du journaliste est de plus en plus remis en cause, directement ou indirectement. Appréhender l'information ne se fait plus dans un rapport unilatéral où les uns la produisent ou la commentent, tandis que les autres l'assimilent, mais dans une interaction entre les producteurs de l'information, les commentateurs et les usagers. Les tentatives exprimées travaillent les représentations et les attentes du journalisme en démocratie et laissent à penser que ce qui est dit dans ces messages peut trouver une expression grâce aux évolutions actuelles des nouvelles technologies et de leurs usages. Ainsi, parallèlement au développement de la prise de parole des téléspectateurs sur leurs médias dont témoigne le corpus étudié, est-il pertinent de noter celui de deux phénomènes concomitants qui, sans être totalement assimilables, doivent néanmoins, selon nous, être pris en compte. Le premier consiste en l'essor du journalisme amateur (en s'appropriant la production de l'information, les téléspectateurs – jusqu'ici profanes, puisqu'ils ne maîtrisent ni les technologies, ni le savoir-faire des journalistes – récupèrent des connaissances spécialisées et les diffusent sur l'internet et dans les médias comme la presse, la radio et la télévision qui se nourrissent de ces documents amateurs). Le second phénomène est celui du développement d'un journalisme qualifié de « citoyen », parce qu'il émane de la société civile et qu'il est effectué dans le but de faire partager au plus grand nombre des informations non traitées par les grands médias. Sa définition est encore, reconnaissons-le, assez floue. Ce type d'initiatives entend se substituer aux médias traditionnels. Dans des blogs d'information « éthique », par exemple, des membres de la société civile cherchent à proposer des informations nouvelles, à commenter l'actualité de manière inédite et non conforme à ce qui est entendu dans les médias dits de « masse ». Enfin, il existe aussi un modèle participatif du journalisme, permettant à des citoyens spécialistes d'une question de participer à l'élaboration des informations, de les diffuser sur le net et donc de devenir, à leur échelle, des journalistes¹¹.

Or, les courriers de téléspectateurs analysés, sans refléter exactement cette tendance, peuvent laisser entrevoir cette évolution : les individus s'érigent non seulement en garants de l'éthique des médias mais aussi, parfois, en journalistes eux-mêmes, lorsqu'ils apportent leurs propres informations et expertises sur un sujet particulier. Le phénomène étudié – celui de la prise de parole des téléspectateurs – au vu des évolutions actuelles,

¹¹ Une des tentatives les plus abouties à l'heure actuelle en France est celle de www.agoravox.fr. Sur les sites d'auto-publication, voir V. Jeanne-Perrier et al. (2004).



D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

paraît précurseur de la multiplication de la parole « profane », c'est-à-dire non professionnelle, sur l'information. Ces téléspectateurs s'arrogent souvent la posture de l'expert, exprimant leur opinion avec autorité, s'appuyant sur des connaissances personnelles, livresques, élaborées grâce à des médias alternatifs, mais aussi grâce à leur propre expérience. Ils se perçoivent comme acteurs de la société civile et mettent en place un système de veille, à leur échelle, c'est-à-dire individuelle ou associative, et avec leurs moyens. Certains choisissent aussi d'apporter un témoignage sur une situation vécue. Ces témoignages, alliés à un savoir analytique, et qui comprennent souvent une démonstration usant d'arguments et de faits complexes que les journalistes n'ont souvent pas le temps de traiter ou de vérifier, émanent de personnes vivant là où ont lieu les événements, mobilisant leur propre expérience. La connaissance du terrain et les clés de compréhension des événements locaux fournissent aux téléspectateurs sur place une prérogative qu'ils utilisent volontiers, faisant facilement la leçon aux journalistes.

Cette prise de parole témoigne donc de l'évolution de la perception des prérogatives des journalistes professionnels sur l'information. L'information livrée par les citoyens, journalistes amateurs, est travaillée par les perspectives identitaires et civiques qui s'entremêlent. L'appropriation de territoires auparavant occupés par les seuls journalistes se fait ainsi au risque d'une subjectivité forte et d'une fragmentation des publics qui se perçoivent comme experts sur des questions fort diverses. L'influence réelle de la société civile sur la fabrication de l'information dans les années à venir est un point qui reste à explorer.

La correspondance avec les médias comme un acte politique : les réactions au 11-Septembre

Au-delà de simples critiques sur les médias de masse, les répertoires rhétoriques ainsi que les territoires d'action définis par les téléspectateurs dans leurs lettres et courriers électroniques soulignent également qu'ils sont traversés par plusieurs questionnements, en rapport avec leur propre identité, et l'élaboration de principes citoyens et éthiques afin de percevoir et comprendre le monde. Écrire au médiateur est vécu, pour beaucoup, comme un embryon d'acte politique et engagé. Une étude de cas comme celle des réactions au 11-Septembre est particulièrement riche car elle permet de comprendre des phénomènes de prises de parole identitaires et citoyennes qui mêlent subjectivité et civisme. Près de 1 800 courriers ont été reçus à la suite du 11-Septembre. Ceux-ci ont porté sur des sujets extrêmement variés qu'il est impossible de répertorier avec exhaustivité ici. Si une bonne moitié se situe dans une critique classique des dispositifs mis en place pour rendre compte de l'événement (répétition des images,



etc.), l'autre est constituée de messages exprimant des commentaires très critiques vis-à-vis de la politique étrangère américaine, de la situation mondiale, de la manière dont se perçoivent et se situent des Français de confession musulmane dans ce contexte très particulier.

Prise de parole des minorités : une lutte pour la visibilité et la reconnaissance du groupe d'appartenance

L'écriture de courriers collectifs ou individuels à une chaîne de télévision peut être considérée comme un dispositif, parmi d'autres, pour accéder aux canaux de l'information publique pour des groupes qui estiment avoir été mis à l'écart ou dénigrés, et qui cherchent à redéfinir les fondements de leur reconnaissance sociale. L'objet étudié fait émerger les possibilités d'action des groupes dominés, notamment leur capacité à refuser une identité sociale prescrite, et à en produire une nouvelle. Le corpus formé par les réactions de la communauté maghrébine¹² aux amalgames effectués par les journalistes entre terroristes et musulmans constitue la première prise de parole de ce type.

Tableau 2 : Arguments utilisés par la communauté maghrébine française sur le traitement médiatique du 11-Septembre¹³ (étude menée sur 109 messages).

	Occurrences	Fréquence
Médias accusés de racisme ou provoquant l'amalgame	74	67,9 %
Médias considérés comme responsables de la haine raciale	46	42,2 %
Problèmes relatifs à l'emploi d'expressions comme : « islam intégriste » ou « citoyen franco-algérien »	42	38,5 %
Rappel de ses origines pour la démonstration	41	37,6 %
Volonté de désolidariser les actes terroristes de la religion	29	26,6 %

¹² Nous nous autorisons à parler de « communauté maghrébine » dans la mesure où les messages sur lesquels ont porté cette étude de cas ponctuelle émanent d'individus qui se revendiquent comme tels. Ces messages sont au nombre de 109 pour le corpus du 11-Septembre.

¹³ En attribuant à chaque séquence textuelle une catégorie de classement, nous avons pu rendre compte de la teneur argumentative d'une partie du corpus et classer les arguments employés. Dans cette analyse (et celle du tableau 3), les unités d'enregistrement sont des phrases ou des morceaux de phrases correspondant à des arguments ou à des idées développés par les téléspectateurs dans leurs courriers. Le noyau de sens recherché dans chaque unité d'enregistrement a été déterminé de manière empirique selon chaque analyse et selon les questions auxquelles l'étude de cas entendait répondre. L'unité de numération correspond au nombre d'occurrences relevées, présentées sous forme de chiffres bruts et de pourcentages calculés ici par rapport au nombre d'arguments relevés.

D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

Compassion de la communauté arabe à l'égard des victimes	22	20,2 %
Rappel des valeurs de tolérance de l'islam	21	19,3 %
Accusations contre la politique israélienne	12	11,0 %
La communauté arabe est considérée comme mal représentée dans les médias	12	11,0 %
Total des messages analysés	109	

Pourcentages calculés sur la base des arguments décomptés.

Ainsi certains cherchent-ils à montrer qu'ils se sentent avant tout français et disent leur attachement à la nation française, attachement qui se lit dans des messages de téléspectateurs blessés qu'on ne les considère plus comme « français », mais « franco-algérien » ou « franco-tunisien »... L'usage de ces termes déclenche des réactions fortes de la part d'enfants d'immigrés qui s'estiment stigmatisés. De plus, tout en se disant musulmans, certains Maghrébins veulent surtout se dire citoyens du monde et refusent d'être catégorisés selon leur religion ou leur origine, comme en témoigne cet exemple :

« Je m'appelle Karima, je suis française, née à Paris, d'origine marocaine, mon père et ma mère travaillent depuis un peu plus de trente ans en France, et mes deux grands-pères étaient des tirailleurs marocains médaillés qui se sont battus pour la France pendant la guerre... (souvenez vous, ces gens venus d'Afrique aider la France.....). J'ai toujours vécu en France, à l'école et partout ailleurs on m'a convaincue que j'étais française j'y crois, j'y tiens, j'en suis fière. Je suis fière de faire partie et honneur à la communauté musulmane française. Zidane le footballeur, Karim le boxeur, Yannick le tennisman et nous autres avons toujours été désignés comme Français d'origine... ou comme Beurs, etc.

Cependant, ces derniers jours, avec le flot d'images, de paroles, d'amalgames qui nous montrent un peu plus du doigt chaque jour, qui nous mettent un peu plus de côté chaque jour, qui n'expliquent rien, ne font rien ou très peu comprendre au public, avec cette dangereuse excitation journalistique, un nouveau terme est né FRANCO-ALGÉRIEN ; FRANCO-MAROCAIN; FRANCO-TUNISIEN, etc. »¹⁴.

Cette communauté s'estime mal représentée dans et par les médias. On dénonce des choix peu judicieux concernant des personnes censées représenter ou les Arabes ou les personnes de confession musulmane sur les plateaux de télévision (intervenants ayant une mauvaise maîtrise de la langue française ou jugés non représentatifs des opinions de la communauté). Quelles sont les finalités poursuivies par ces groupes minoritaires ? Elles peuvent ici être de deux ordres : une volonté de visibilité (reconnaissance de l'existence d'un groupe par un autre) ou bien une exigence de différenciation (avoir conscience

¹⁴ En majuscules dans le texte original. Courriel (14/09/01).

d'appartenir à une identité différente). C'est le regard porté par le média français qui est constituant du groupe minoritaire. Les groupes ethniques se définissent par rapport à l'attitude du média symbolisant la société d'accueil. La dénonciation de la présentation de soi faite dans les médias s'inscrit dans des actions collectives qui tentent de modifier les rapports et les rôles dans la société, de lutter contre le racisme, de faire reconnaître la composition pluriethnique de la société française et de changer en conséquence la conception de la citoyenneté et de l'identité française.

Cette parole identitaire est une parole aujourd'hui entendue. Elle dépasse le cadre des courriers de téléspectateurs : l'individu, dans toute sa singularité, a acquis une place de plus en plus visible dans les programmes télévisés : les émissions de débats accordent une place croissante à l'individu et à ses opinions, tandis que la société française s'interroge sur la place de ses « minorités visibles » au sein de la télévision.

L'acte d'écriture ou l'expression d'un sentiment civique

Dans le corpus des messages reçus à l'automne et à l'hiver 2001, la protestation civique s'organise au cours des mois qui suivent, lors de la guerre menée en Afghanistan par le gouvernement de George W. Bush. Malgré l'exaspération de téléspectateurs devant des images qui leur rappellent la guerre du Golfe, la réflexion sur les tenants et les aboutissants de cette guerre, menée avec des moyens parfois contestables, demeure importante au cours des mois de septembre à décembre 2001, elle concerne plus d'une cinquantaine de messages qui parviennent à la médiation. Le fait que les États-Unis ne respectent pas des engagements pris par l'ensemble de la communauté internationale est l'un des aspects récurrents des messages, tout comme le rappel que le pays utilise toujours des mines anti-personnel et n'a pas signé les accords internationaux pour leur destruction. Ces accusations sont suivies des évocations de la pression fiscale et financière imposée sur les pays les plus pauvres. Loin de relativiser et de nuancer les visions très sévères des États-Unis et de leurs politiques, les conséquences militaires des attentats ont contribué à radicaliser de manière drastique les opinions des publics français. Dès fin 2001, l'opinion est déjà alertée et inquiète sur les conséquences à long terme des ripostes américaines, puisque certains vont même jusqu'à considérer que les terroristes ne font que résister à l'hégémonie américaine, et que la pression économique exercée par le libéralisme américain explique parfois le désespoir d'individus qui se tournent vers l'action terroriste.

D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

Tableau 3 : Principaux arguments employés par les téléspectateurs hostiles à l'engagement américain en Afghanistan (étude réalisée sur 53 messages).

	Occurrences	Fréquence
Les États-Unis n'emploient pas des moyens démocratiques pour se défendre	15	13,9 %
Rappel des pertes humaines générées par la guerre	14	13,0 %
Critiques virulentes contre George W. Bush	13	12,0 %
Rappel des conséquences de la politique étrangère américaine dans le monde	13	12,0 %
Arrogance des USA	8	7,4 %
L'attitude occidentale hégémoniste produit la terreur	8	7,4 %
Les ripostes américaines sont légitimes	7	6,5 %
Les États-Unis ont des intérêts économiques	6	5,6 %
États-Unis : nation religieuse, croisade	6	5,6 %
Risque d'une extension du conflit	5	4,6 %
Pression économique sur pays pauvres	5	4,6 %
Les États-Unis utilisent toujours les mines anti-personnel	4	3,7 %
Rappel du sort des populations civiles en Irak	4	3,7 %
Total des messages analysés	53	

Pourcentages calculés sur la base des arguments décomptés.

Un an après le 11-Septembre, on peut constater que la vigilance citoyenne s'exerce dans les lettres reçues à la médiation qui s'expriment sur les risques d'une guerre en Irak qui est pourtant loin d'avoir commencé (environ cinquante messages également). L'anticipation des conséquences guerrières dans un embrasement de la planète ou dans un durcissement chez les populations de confession musulmane est marqué, et ce dès le 12 septembre 2001 ; elle se double d'un discours caractérisé par un souci de justice et des références aux institutions internationales comme l'ONU.

« Nous fêtons aujourd'hui l'anniversaire malheureux des attentats du 11 septembre 2001. Je constate que toutes les chaînes hertziennes consacrent la totalité de leur programme du jour à cet événement. J'en suis outrée, car vous et moi connaissons bien l'état d'esprit états-unien, les idées qu'il véhicule. George W. Bush tente depuis quelques semaines d'engager une action militaire contre l'Irak, sans raison aucune, juste pour asseoir son pouvoir de petit dictateur. Il profite de l'émoi causé par le souvenir et l'anniversaire de ces attentats pour essayer de rallier tous les pays possibles à sa cause, cause qui est inexistante, l'Irak n'ayant commis aucun attentat contre les USA jusqu'à preuve du contraire » (courriel : 11/09/02).

Cette vigilance citoyenne qui semble s'être effectuée sur la question des tactiques et stratégies de guerre de George W. Bush incarné, chez ce public, un souci du bien commun qui dépasse les frontières de la nation et contribue à faire du monde entier le terrain de la réflexion. Le

rapport à l'actualité internationale a évolué. Les téléspectateurs ne sont plus uniquement témoins de ce qui se produit et des orientations de la politique internationale dont les États-Unis sont les maîtres. Ils deviennent eux-mêmes des acteurs potentiels qui manifestent leur hostilité à telle ou telle orientation de cette politique. Ainsi disent-ils ouvertement dans ces témoignages leur hostilité au libéralisme, à l'interventionnisme politique international des États-Unis. En outre, ces messages soulignent également le recours massif à d'autres sources d'information que celle du journal télévisé du soir. Les téléspectateurs proposent des adresses de sites internet qui, selon eux, permettraient d'échapper à la « désinformation américaine ». Face aux injustices de la (future) guerre en Irak, les téléspectateurs-citoyens mobilisent leurs connaissances, les ressources du web, les nouvelles technologies, pour alerter. Cette mobilisation citoyenne préfigure celle d'une partie des citoyens français qui, dans leur ensemble, ont exprimé un rejet des stratégies guerrières américaines et ont manifesté dans un but pacifique au printemps 2003.

Il faut cependant préciser que ces démarches n'ont qu'un impact très limité sur la médiation, dans la mesure où il n'entre pas dans les prérogatives d'un médiateur de retransmettre les nombreux communiqués qu'il reçoit. Les téléspectateurs qui interviennent indépendamment de toute structure associative s'ancrent dans une attitude de dénonciation qui préfigure une action de terrain éventuelle et potentielle. Le collectif n'existe que virtuellement puisqu'il n'y a pas de rassemblement dans un lieu réel ; mais le fait de s'adresser à un même interlocuteur susceptible de relayer leurs messages peut transformer les publics médiatiques en publics politiques. Si le sujet qui écrit n'est pas à proprement parler un collectif, l'action, elle, peut être vue comme communautaire. Ainsi les courriers font-ils part d'un « sentiment civique » bien ancré chez ces correspondants. Il s'agit d'un « sentiment » au sens d'une impression, d'une disposition d'esprit chez celui qui écrit et qui, par son geste, actualise son indignation sans nécessairement la transformer en protestation agissante¹⁵.

Conclusion

L'étude de la prise de parole des téléspectateurs permet de mieux comprendre le rapport de l'individu à ces médias, dans un contexte marqué, d'une part, par une méfiance accrue des citoyens à l'égard des supports

¹⁵ La vigilance démocratique et citoyenne s'exprime sur bien d'autres sujets qui ne peuvent être développés ici : notamment l'engagement de centaines de téléspectateurs d'origine malgaches au moment des élections truquées à Madagascar en décembre 2001, la dénonciation des injustices de la Charia à l'égard d'une jeune musulmane. On note également des considérations liées à l'environnement et l'écologie dès cette époque en réaction à plusieurs sujets diffusés au journal de 20 heures.



D'une prise de parole dans les médias à une prise de pouvoir sur les médias ?

d'information, d'autre part, par les évolutions des nouvelles technologies qui ouvrent de plus en plus de perspectives aux usagers pour commenter l'information, voire l'élaborer eux-mêmes. L'étude des différentes prises de parole des téléspectateurs (à la fois critiques, identitaires et citoyennes) permet d'ouvrir des pistes de réflexions quant aux phénomènes contemporains de « prise de pouvoir » sur l'information par les profanes. Celle-ci permet de comprendre les formes du débat qui se structurent entre usagers et professionnels des médias, un débat qui oscille entre l'expertise revendiquée, à juste titre, par des individus qui ont souvent des compétences réelles, et la subjectivité de tout un chacun qui cherche aussi à publiciser ses actions pour aller vers l'exercice de la citoyenneté. Le service du médiateur semble recevoir des témoignages dont les formes d'expression n'ont cessé d'évoluer et qui révolutionnent indirectement les contenus médiatiques presque davantage que les pratiques journalistiques. En effet, on peut penser à l'apparition ces dernières années de débats télévisés dans lesquels les membres de la société civile sont de plus en plus mis en scène, de l'apparition des messages sms dans toutes sortes d'émissions dont il faudrait étudier le rôle. Ces évolutions de la télévision sont certainement à relier à une prise en compte croissante du point de vue des téléspectateurs et de leur individualité,

L'émergence de la figure du « téléspectateur-expert » vient confirmer l'essor du journalisme amateur et citoyen, comme celui des « blogs d'information éthique » qui cherchent à faire exister d'autres informations que celles développées par les grands médias. Ces évolutions témoignent d'un rapport plus personnel et plus autonome des usagers des médias avec l'information, rapport qui est en train de révolutionner l'économie informationnelle. Ces questions sont fondamentales pour penser l'avenir du journalisme au regard des évolutions technologiques et des postures critiques des lecteurs, auditeurs et téléspectateurs. Elles ouvrent la voie à de nouvelles études de terrain à mener (dans quelle mesure les informations apportées par des profanes peuvent-elles, à terme, modifier le travail dans les rédactions) ainsi qu'à des réflexions plus conceptuelles sur le rôle des médias en démocratie, étant donné qu'un glissement semble s'opérer chez les politiques eux-mêmes entre démocratie représentative et démocratie participative.

Références

- Appadurai A., 1996, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, trad. de l'anglais par Fr. Bouillot, Paris, Payot, 2002.
- Bernier M.-F., 2005, « Pourquoi les journalistes ? Les contours d'un idéal journalistique ? », pp. 12-41, in : Bernier M.-F., Demers F. et al, *Pratiques novatrices en communication publique. Journalisme, relations publiques et publicité*, Laval, Presses de l'université de Laval.

- Boltanski L., 1990, *L'Amour et la justice comme compétences. Trois essais de sociologie de l'action*, Paris, Métailié.
- 1993, *La Souffrance à distance, morale humanitaire, médias et politiques*, Paris, Métailié.
- Boullier D., 2003, *La télévision telle qu'on la parle*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Cardon D., 1995, « «Chère Mémie». Émotions et engagement de l'auditeur chez Mémie Grégoire », *Réseaux*, 70, pp.41-78.
- Cardon D., Heurtin J.-P., 1999, « La critique en régime d'impuissance, une lecture des indignations des auditeurs de France Inter », pp. 85-119, in : François B., Neveu E., dirs, *Espaces publics mosaïque. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Céfaï D., Pasquier D., dirs, 2003, *Les sens du public, publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
- Dahlgren P., 1995, *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*, Londres, Sage.
- 2003, « Reconfigurer la culture civique dans un milieu médiatique en évolution », *Questions de communication*, 3, pp. 151-168.
- Dayan D., 2000, « Télévision, le presque public », *Réseaux*, 100, pp. 427-456.
- Dayan D., Katz E., 1992, *La télévision cérémonielle. Anthropologie et histoire en direct*, trad. de l'anglais par D. Dayan en collab avec J. Fendy et M. Robert, Paris, Presses universitaires de France, 1996.
- Dewey J., 2001, « Le public et ses problèmes », extrait de *The Public and its Problems*, 1927, traduit de l'anglais par J. Zask, *Hermès*, 31, pp. 77-92.
- Eliasoph N., 2001, « Citoyens du quotidiens », *Espace temps*, 76-77, pp. 110-121.
- Goulet V., 2004, « Le médiateur de la rédaction de France 2, l'institutionnalisation d'un public idéal », *Questions de communication*, 5, pp. 283-301.
- Ion J., dir., 2001, *L'engagement au pluriel*, Saint-Étienne, Publications de l'université de Saint-Étienne.
- Le Grignou B., 2003, *Du côté du public*, Paris, Éd. Economica.
- Mehl D., 2005, « Un téléspectateur civique », *Réseaux*, 126, pp. 143-172.
- Pasquier D., 1999, *La culture des sentiments*, Paris, Éd. de la Maison des sciences de l'homme.
- Soulez G., 2005, « «Nous sommes le public». Apport de la rhétorique à l'analyse des publics », *Réseaux*, 126, pp. 115-141.
- Jeanne-Perrier V., Le Cam F., Pelissier N., 2004, « Les sites web d'auto-publiés d'information éthique : un retour du paradigme de la presse d'opinion ? », *Quaderni*, 54, pp. 15-26.