

# L'INFLUENCE DES ASSOCIATIONS DE TÉLÉSPECTATEURS ET DES CRITIQUES DE TÉLÉVISION

Rapport présenté par Chloé BELLERET

Depuis plus de cinquante ans, la télévision offre aux yeux de tous, le spectacle du monde. Petit à petit, elle s'est imposée dans quasiment tous les foyers. La « télé » est devenue l'un des « loisirs » les plus pratiqués et occupe une place considérable dans la vie quotidienne des français puisque, d'après une étude récente, ceux-ci la regardent en moyenne 3 heures et 24 minutes<sup>1</sup> par jour.

Potentiellement, la télévision est un outil formidable de communication et une source intarissable de connaissance. Elle a révolutionné les habitudes et le mode de vie des Français en simplifiant leur accès à l'actualité et à la culture. Elle apporte l'information à domicile et diffuse ainsi une certaine forme de savoir sans effort ou presque pour le téléspectateur. Pourtant, dans la réalité, la télévision qui se contente trop souvent de faire du simple divertissement, a tendance à délaissier l'ambition culturelle que devrait lui imposer son intrusion dans la « sphère privée ». Regarder la télé, est presque devenu dans l'inconscient collectif une non-activité. Qui, après avoir posé la question : « Qu'est-ce que tu fais ? » ne s'est jamais entendu répondre : « Rien, je regarde la télé » ? L'un des principaux objectifs des associations de téléspectateurs et des critiques de télévision est précisément d'infléchir le comportement du téléspectateur \_ ce « *monstre aux millions de têtes* », qu'évoquait François Mauriac \_, de le rendre moins passifs, de le faire réagir et de développer son sens critique.

La notion de qualité est difficile à définir car elle est, évidemment, très subjective. Lorsqu'il s'agit de la qualité des programmes de télévision, la recherche d'une définition consensuelle relève presque de l'impossible. Comment s'étonner que les avis, les positions et les aspirations puissent diverger d'une association à l'autre et/ou d'un critique à l'autre quand il s'agit de se mobiliser pour défendre cette insaisissable « qualité » ?

Avec le développement du câble et, surtout, du satellite et, très récemment, de la Télévision numérique terrestre (TNT), l'offre télévisuelle s'est démultipliée. Les programmes n'ont jamais été aussi variés et pourtant la télévision fait toujours l'objet de nombreuses critiques. La qualité de ses programmes est sans cesse remise en questions par les associations de téléspectateurs et les critiques de télévision.

Elle est au coeur de leur préoccupation et de leur action (I). Face à l'emballlement de la si puissante machine télévisuelle, cette légitime critique permanente agit comme une soupape de sécurité. Pour autant, elle n'arrive pas à s'imposer comme un contre-pouvoir (II).

---

<sup>1</sup> Selon une étude réalisée par *Médiamétrie* sur l'année 2004.

# CHAPITRE I- LA DÉFENSE DE LA QUALITÉ DES PROGRAMMES PAR LES ASSOCIATIONS DE TÉLÉSPECTATEURS ET LES CRITIQUES DE TÉLÉVISION

## SECTION I- UNE PRÉOCCUPATION COMMUNE, DES APPROCHES DIFFÉRENTES

### §1- La qualité des programmes selon les associations de téléspectateurs

#### A. Une existence contextuelle

##### 1. Les associations de téléspectateurs sous la RTF et l'ORTF

###### a. Aux origines de la télévision.

À ses débuts, la télévision constitue un objet rare et coûteux. Les premières associations de téléspectateurs se développent sous la forme de télé-clubs. Ces associations reposent sur la coopération matérielle et intellectuelle de leurs membres. Le poste de télévision est acheté en commun, ce qui permet un accès du plus grand nombre à ce nouveau média. Cependant pour ses défenseurs, le « télé-club est avant tout une association qui poursuit des buts éducatifs et culturels<sup>2</sup> ». Après chaque émission, des débats sont organisés. Le but avoué est de « susciter une attitude active chez le téléspectateur », de lui donner « l'envie de prolonger les séances par une recherche personnelle<sup>3</sup> ». Ces premiers télé-clubs, sont la création de la Fédération des œuvres laïques (déjà à l'origine des ciné-clubs) avant d'être développés par les mouvements les plus divers, notamment par les associations catholiques. Parallèlement, d'autres regroupements se forment. Les associations d'auditeurs élargissent leur objet à la défense des téléspectateurs (ex : L'Association générale des auditeurs conserve dans un premier temps sa dénomination originelle mais publie, dès 1952, un bulletin intitulé « Cahier de l'auditeur et du téléspectateur »). Très vite, la plupart des associations se regroupent pour former, dans les années 1950, l'UNAR (Union Nationale des Auditeurs de la Radiodiffusion qui deviendra en 1956 la Confédération des Associations Générales des Auditeurs et des Téléspectateurs) ou encore la Fédération Nationale de Défense des Auditeurs et des Téléspectateurs.

###### b. Le lien étroit entre la structure de l'ORTF et la vie des associations de téléspectateurs

En 1963, à la veille de la réforme annoncée de l'organisme télévisuel, on assiste à la floraison d'une demi-douzaine d'associations nationales qui militent en faveur de la participation active des représentants des téléspectateurs dans la structure télévisuelle. Le 27 juin 1964, un nouveau statut portant création de l'ORTF est adopté par le Parlement. L'Office est placé sous la tutelle, et non plus sous l'autorité, du ministre de l'information et un siège du conseil d'administration est réservé à un représentant des associations de téléspectateurs. La déception provoquée par ces maigres avancées entraîne l'apparition de deux associations

---

<sup>2</sup> HURE (F.), PIAT (R.) et RAVE (A.), *Guide des téléspectateurs et des télé-clubs*, Paris, Fédération des œuvres laïques de la Seine, 1959.

<sup>3</sup> HURE (F.), PIAT (R.) et RAVE (A.), *Ibidem*.

nationales importantes : Télé-Liberté et ALERTE (Association pour la liberté d'expression à la radio et à la télévision).

La concurrence entre les chaînes de l'ORTF créée par l'apparition, en avril 1964, de la deuxième chaîne puis de la troisième, en décembre 1972, a pour effet d'accroître la nécessité pour chacune d'elles de proposer des programmes fédérateurs, d'une qualité parfois discutable. Les revendications se reportent sur le niveau qualitatif des programmes. La multiplication des associations aboutit à une dispersion des effectifs qui met en danger la survie de celles-ci. Certains groupements disparaissent alors que d'autres s'offrent un peu de sursis en unissant leurs forces (ex : en 1966, l'Union Nationale des téléspectateurs, l'Association Française des téléspectateurs et la Ligue Française des Téléspectateurs s'allient pour former l'Union des Téléspectateurs). Le démantèlement, en 1974, de l'ORTF qui aboutit à la disparition de toute représentation des téléspectateurs porte le coup de grâce aux quelques associations agonisantes qui s'étaient maintenues jusque-là.

## 1. Les associations de téléspectateurs à partir des années 1980

### a. Un nouveau souffle

L'abolition du monopole de programmation de l'État par la loi de 1982 transforme considérablement le paysage audiovisuel français. Des associations de téléspectateurs voient à nouveau le jour en réaction au développement, dans les années 1980, de la publicité et des privatisations. Les principales associations qui apparaissent à cette époque sont l'ANTEA (1985), La Télé est à nous (1987), Les Pieds dans PAF (1989) et Médias, Télévision et Téléspectateurs (MTT en 1990). L'émergence d'autres associations peut être liée à des événements précis. C'est le cas, notamment, de l'Association pour la défense de la Cinq, créée à l'initiative des salariés de la chaîne, alors en plein naufrage, mais qui a su drainer toute une flopée de téléspectateurs. C'est le cas également de l'association « Changez la Une » qui s'est constituée en 1996 pour protester contre le renouvellement d'autorisation accordé par le CSA à TF1, sans appel à candidature préalable.

### b. La disparition progressive de la plupart des associations

À la fin des années 1990 les associations de téléspectateurs se sont à nouveau étiolées. Les principaux mouvements se sont dissous ou se sont reconvertis. Ainsi les protagonistes de Médias, Télévision et Téléspectateurs ont cessé d'animer l'association pour fonder le CIEM, un comité interassociatif qui se penche exclusivement sur les questions de protections et d'éducation aux médias du jeune public et qui ne revendique pas la qualité d'associations de téléspectateurs.

Quelques nouvelles associations se sont développées au niveau local mais leur importance et leur action sont tellement mineures qu'il n'en sera pas question ici. D'autres associations de téléspectateurs à vocation nationale, cette fois, ont émergées mais sans se fixer pour but d'améliorer la qualité des programmes : l'une, le FLT (le Front de Libération Télévisuel) réunit des fans de séries TV et l'autre, le RAT (Réseau pour l'Abolition de la Télévision) est, comme son nom l'indique, un mouvement anti-télé. Finalement, seules deux associations de l'ancienne génération se sont maintenues : « Les Pieds dans le PAF » et « Médias-Familles » (créée en 1986).

## B. Des sensibilités différentes mais des revendications constantes

### 1. Des sensibilités différentes

Les revendications sont souvent différentes d'une association à l'autre. Ces divergences s'expliquent par la diversité des courants de pensée qui les animent. Certaines associations sont franchement téléphobes (ex : RAT) alors que d'autres ont des allures de fans clubs (ex : « Agités » créé en 1992 qui ne rassemble que des fans de jeux télévisés, le FLT). Mais ces mouvements sont loin d'être représentatifs. La plupart des associations cherchent au contraire à promouvoir une télévision de qualité et, à l'instar des Pieds dans le PAF, d'ANTEA ou de La Télé est à nous, se sont toujours présentées comme des mouvements de défense des intérêts des téléspectateurs. D'autres se sont fixé des objectifs plus larges comme la défense de valeurs morales ou familiales (ex MTT) ou se sont formées dans le but d'être les porte-parole des catholiques auprès des pouvoirs publics et des professionnels de la télévision et de prendre en charge l'éducation du public en attribuant, à l'occasion, une « cote morale » aux programmes (ex : « Vox » dans les années 1950). D'une manière générale, les associations familiales, catholiques et enseignantes ont toujours été largement représentées dans ce vaste mouvement de téléspectateurs qui malgré sa diversité sociologique et des aspirations diverses tendait à obtenir l'amélioration des programmes.

### 2. Des revendications constantes

En examinant les revendications des différentes associations on s'aperçoit que certaines d'entre elles sont restées relativement constantes. Pendant le monopole de diffusion, les associations réclamaient l'indépendance de l'organisme télévisuel par rapport au pouvoir politique. Elles ont aussi régulièrement réclamé une représentation ou, du moins, une participation active des téléspectateurs au sein des institutions télévisuelles. Les associations se sont très vite opposées à l'introduction de la publicité sur le petit écran et ont rapidement dénoncé une « dictature » de l'audimat. Elles ont quasiment toutes défendu le modèle d'une télévision informative et éducative et se sont attachées à rappeler à la télévision publique les missions dévolues par les statuts.

## §2- La qualité des programmes selon les critiques de télévision

### A. Le statut et la définition de critique

#### 1. Définition

Selon le dictionnaire Larousse, le critique est « celui qui porte un jugement sur des œuvres littéraires ou artistiques ». Jusqu'à l'avènement de la télévision les « œuvres artistiques » englobaient principalement le cinéma, le théâtre, la musique, le music-hall et les arts plastiques. Aujourd'hui, une autre activité s'est développée : la critique de télévision. Chacun d'entre nous est capable d'avoir une activité critique, de formuler un avis. En partant de ce constat, une question vient immédiatement à l'esprit : quel est alors le rôle du critique ? La philosophe Marie-José Mondzain s'est penchée sur la question et a tenté de définir la fonction idéale du critique. Pour elle, le critique ne « *doit pas être un juge qui énonce un verdict comme on énonce une vérité ou comme on impose une norme, pas plus qu'il ne doit*

*être un avocat qui plaide pour sauver à tout prix un coupable* ». Le critique doit être un porte-parole qui explique et justifie ses choix. Sa fonction est de former l'esprit critique et non de donner un avis définitif. Pour la philosophe, si le critique ne détient pas la vérité il doit disposer d'une capacité d'appréhension et de clarification car il doit connaître ce dont il parle et maîtriser les instruments lui permettant de former et d'exprimer son « jugement ». Son rôle est de transmettre les critères qui fondent son avis. Ces critères doivent impérativement « dépasser toute individualisation subjective du goût ».

Le terme de « critique de télévision » est en lui-même intéressant. La plupart des critiques s'attache à présenter, étudier, décortiquer et analyser le détail des programmes et non la télévision dans son ensemble. De l'avis de certains, la critique de télévision à proprement parler n'existe pas ou plus. La démarche est différente de celle du critique de cinéma ou du critique artistique en ce sens qu'il « *n'exerce pas sa réflexion dans un cadre de référence dessinée par une idée esthétique globale*<sup>4</sup> ». Pour Jean-Michel Frodon, directeur des Cahiers du cinéma et ancien critique de cinéma du Monde, la télévision a un caractère éphémère, transitoire et le fait qu'elle porte « *si prévisiblement inscrite en elle sa mutation intégrale l'a privée de la possibilité de se constituer en modèle esthétique autonome* ». Pour M. Frodon, la télévision est aujourd'hui supplantée par le « programme ». Autrement dit, la fonction du critique n'est plus de s'intéresser au phénomène télévisuel dans sa globalité mais de se focaliser sur telle ou telle émission en particulier. Cette circonstance n'empêche certes pas certains critiques de prendre de la hauteur par rapport aux programmes et d'avoir une réflexion globale sur la télévision mais, comme le remarque justement Ignacio Ramonet, directeur du Monde diplomatique, « *ce débat-là n'a rien à voir avec la critique de télévision comme langage, comme mode d'expression, comme art* »<sup>5</sup>.

Il est important de distinguer la critique a priori et la critique a posteriori. La critique a priori intervient en amont de la diffusion. Son but est clairement utilitaire. Elle est censée conseiller, guider voire orienter le téléspectateur dans le choix d'un programme. Cette critique, contient avant tout des informations sur le contenu du programme. Elle se contente de situer l'émission dans son contexte, de résumer le sujet, de présenter les acteurs ou les intervenants. Parfois cette présentation exprime un avis, une opinion et prend alors la forme d'un avertissement ou d'une incitation. Ce type de « critique » se retrouve le plus souvent dans les magazines TV (type Télérama, Télé 7 jours, Télé Z, Téléstar, etc.) ainsi qu'en avant-dernière page de certains quotidiens ou encore à la télévision dans certaines émissions spécialisées (ex « + Clair » sur Canal +). La critique a priori mêle aussi parfois information et analyse (ex Le Monde Radio-Télévision ou TéléObs). Elle peut, par exemple, donner des informations sur le travail du réalisateur, les conditions de tournage ou la genèse d'une émission.

La critique a posteriori est celle qui se manifeste en aval de la diffusion. Elle s'adresse principalement aux téléspectateurs qui ont suivi le programme en question. Ce type de critique qui mêle en général récit, résumé, impressions et réflexion (sur le sujet traité, sur le type d'émission ou sur le rôle de la télévision) « *propose une seconde lecture du produit télévisé*<sup>6</sup> ». S'il s'agit d'une série ou d'un magazine, la critique peut aussi inciter le téléspectateur à regarder ou non, un prochain numéro. Cependant, son objectif « *est moins*

<sup>4</sup> FRODON (J.-M.), « *La télévision radicalise la position critique* » in BOURDON (J.) et FRODON (J.M.), *L'œil critique : le journaliste critique de télévision*, Bruxelles, INA/De Boeck, Médias recherche, 2003.

<sup>5</sup> RAMONET (I.), « *Mais qui osera enfin critiquer la télévision ?* », Dossiers de l'audiovisuel, n° 36, mars-avril 1991, p.39 et 40.

<sup>6</sup> JOSSELIN (V.), *Les critiques de télévision*, Paris, mémoire, Institut Français de Presse, 1992.

*d'inciter -indirectement- à la consommation que de faire réfléchir le téléspectateur sur le lien qui l'unit magnétiquement à son petit écran<sup>7</sup> ».*

## 2. Statut

La critique de télévision ne fait pas l'objet d'un apprentissage institutionnalisé. Les critiques de télévision viennent d'horizons différents mais nombre d'entre eux sont issus du monde de la critique de cinéma (ex : Serge Daney à *Libération*, André Bazin au *Parisien Libéré*, Jacques Siclier au *Monde*, etc.), de la littérature (François Mauriac à *L'Express*, puis au *Figaro Littéraire*, Emmanuel Berç, Morvan Lebesque à *L'Express*) ou du reportage (ex : André Brincourt au *Figaro*, Françoise Giroud au *Nouvel Observateur*, Daniel Schneidermann au *Monde* puis à *Libération* et sur *France 5*, Sylvie Kerviel au *Monde*, etc.). La critique de télévision n'est généralement pas reconnue comme un genre journalistique, au sein de la presse écrite, de la radio et de la télévision. Certains critiques, eux-mêmes, rejettent l'appellation et préfèrent se voir désigner comme des chroniqueurs ou simplement comme des journalistes. C'est le cas, notamment, de Daniel Schneidermann. La critique de télévision s'exerce essentiellement dans la presse écrite. Au début, elle est surtout présente dans les corps des journaux, éventuellement sous la forme de pages spéciales, puis dans les années 1980, les hebdomadaires et les quotidiens créent presque tous leur « supplément-télé ». Les fonctions de critiques de télévision sont variées et hétérogènes. L'ours de certains journaux en fournit une belle illustration en désignant sous l'appellation « critique de télévision » aussi bien des rédacteurs de chronique que des journalistes de programmes ou des journalistes « people ».

En 1966, Michel Tardy a décelé « une usure des critiques de télévision, dont la succession rapide des titulaires de rubriques est le signe le plus évident<sup>8</sup> ». Cette remarque est encore vraie aujourd'hui. La critique de télévision ne constitue très souvent qu'un épisode dans la carrière des journalistes et ne représente parfois qu'une facette de leur activité, notamment pour les écrivains.

### **B. Une conception évolutive de la qualité des programmes**

#### 1. Une conception nécessairement évolutive

La critique de télévision est apparue très tôt. Par conséquent, au cours des décennies, elle a eu le temps d'évoluer, de remettre en question son modèle. Dès 1953, quelques quotidiens se dotent d'une rubrique de critique de télévision et, à partir de 1958, cette pratique se généralise dans les grands quotidiens nationaux et dans une partie des hebdomadaires d'information. Plus tard, elle prendra place à la radio, dans la presse spécialisée et, plus rarement, à la télévision. Depuis cinquante ans, les critiques de télévision ont été les témoins privilégiés de l'évolution de ce médium. Ils ont assisté avec émerveillement à sa naissance et ont suivi son développement, ses mutations, ses dérives. La fin de la mainmise directe du gouvernement sur la gestion et le contenu de la télévision et la métamorphose du paysage audiovisuel français (PAF) ont sensiblement modifié leur perception et leur façon de travailler. Les critiques du début ne se sont pas enfermés dans un genre et dans un mode de pensée. Au contraire, leur conception de la qualité des programmes et de l'influence qu'il pouvait avoir sur elle a d'autant plus profondément évolué qu'ils ont presque tous pratiqué, au

<sup>7</sup> JOSSELIN (V), *Ibidem*.

<sup>8</sup> TARDY (M.), « Sur la critique de télévision », *Communications*, n°7, 1966, p. 51.

fil des temps, les différents genres de critique. Passant parfois de la rédaction d'annonces ou de simples comptes-rendus à un travail d'analyse et de critique.

## 2. Des conceptions de la qualité des programmes différentes selon les critiques et les époques

Les six grandes tendances de la critique de télévision distinguées par le sociologue et historien Jérôme Bourdon permettent de dégager autant de conceptions de la qualité des programmes. Dans un premier temps, les critiques de télévision font le plus souvent preuve d'un grand enthousiasme. Ils célèbrent la télévision et saluent les innovations de cette nouvelle technologie. La critique « pionnière » s'intéresse tout particulièrement aux émissions en direct dont les possibilités et les aléas la fascinent et la charment. La qualité des programmes est alors largement liée aux moyens techniques mis en oeuvre. Une fois la nouveauté passée, cette conception s'estompe pour laisser place à d'autres approches critiques qui voient le jour dans les années 1950.

Une partie de la critique tente alors d'imposer la télévision comme un art nouveau. Certains s'inspirent de la critique de cinéma et essayent d'élaborer une esthétique propre à ce nouveau médium en cherchant à établir les règles de ce qu'ils considèrent comme le huitième art. Ces règles sont censées servir de référence pour évaluer la qualité des programmes. Les critiques qui s'inscrivent dans cette tendance (ex : André Brincourt) s'intéressent essentiellement aux « dramatiques », ces programmes qui sont le plus souvent des adaptations télévisées de romans ou de pièces de théâtre et qui sont considérées comme des créations d'un genre nouveau. Au fil du temps, la dramatique est décriée et reléguée au rang de parent pauvre du cinéma et la conception d'une télévision habitée d'une esthétique globale est abandonnée. Cependant pour Jérôme Bourdon, la culture de la télévision envisagée comme un art persiste « *comme sous-culture* ». Selon lui, elle se retrouve dans le recueil de critiques « La saison télévision » publié annuellement depuis 1991 sous la direction de Christian Bosséno mais aussi dans les attentes des réalisateurs de fictions. Aujourd'hui, la dramatique, qualifiée de « téléfilm », a envahi la grille des chaînes et notamment des chaînes hertziennes. Elle suscite relativement peu d'intérêt parmi les critiques de télévision qui ne se contentent pas d'annoncer les programmes (exceptés, peut-être, les critiques des magazines-télé type TéléStar).

Une autre tendance consiste à apprécier la qualité en fonction de la façon dont il est rendu compte du réel. Par définition, ce type de critique vise spécifiquement les émissions en direct et celles dans lesquelles sont diffusés des reportages (journaux télévisés, documentaires, magazines). Pour le sociologue et historien des médias, « *cette position est (...) la plus répandue, historiquement et quantitativement* ».

La politique audiovisuelle d'éducation populaire des années 1950 et 1960 est favorable à l'émergence d'une nouvelle tendance critique : la « vulgarisation ». La critique se reconnaît une nouvelle mission : familiariser le public à la culture distillée par la télévision. Certains vont défendre des programmes culturels simplifiés, adaptés pour être plus accessibles au grand public alors que d'autres vont réclamer le respect de l'intégrité de l'œuvre préexistante. Morvan Lebesque écrira en 1964 dans *L'Express* préférer « *que les grands auteurs soient vus par moins de gens, mais dans la forme exacte qu'ils ont choisie ou que leur siècle leur a donné* »<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> LEBESQUE (M.), *L'Express*, 1<sup>er</sup> novembre 1964.

Un autre style s'est développé : l'imprécation. Le critique imprécateur a généralement une vision globale de la télévision et de ses programmes assez négative. Pour lui, la qualité est une denrée rare. Selon Pierre Marcelle, critique emblématique de Libération, « *Ce ne sont pas ses excès (de la télévision) qui vous aliènent- au contraire : ses excès vous alertent et, dans cette mesure, la justifient. Non ce qui fait mal, c'est cette insidieuse douceur qu'elle distille, et sa capacité de tout niveler* »<sup>10</sup>. L'imprécateur évoque tous les genres (documentaires, jeux, fictions et, depuis peu télé-réalité) et attribue la mauvaise qualité des programmes à la logique concurrentielle entre les chaînes, à la course à l'audimat, au poids du pouvoir en place, etc. Il stigmatise en général certains programmes de divertissement comme les jeux et les émissions de variétés. Jérôme Bourdon reconnaît l'apparition d'une variante de l'imprécation : la mythologie. Pour lui, le mythologue « *renonce à chercher le bien au sein des programmes et à le recommander* ». Il se focalise sur les émissions qui réunissent le plus de téléspectateurs. La critique du mythologue serait ainsi une « *autocritique du critique et du public* » car il utilise le « nous » et cherche à comprendre les raisons de leur attraction commune pour la télévision. Daniel Schneidermann (qui selon J. Bourdon est l'exemple type du mythologue) a développé la théorie du « consentement réfractaire ». Cette théorie repose sur le paradoxe suivant : le téléspectateur (et le critique) est conscient de regarder un spectacle plus ou moins scénarisé, travaillé, voire truqué pourtant il ne peut se détourner de l'image ainsi présentée à l'écran.

La plupart de ces genres ont traversé le temps. Pour Jérôme Bourdon, la critique est aujourd'hui dominée par l'imprécation, la mythologie, le culte du réel (ce qu'il appelle « la critique médiation ») et la critique/vulgarisation.

## SECTION II- DES MOYENS D' ACTIONS INÉGAUX POUR SE FAIRE ENTENDRE

### §1- Une existence médiatique très inégale

#### A. La faible implantation des associations de téléspectateurs dans les médias

##### 1. Les moyens de diffusion propres aux associations

Depuis les origines, les associations de téléspectateurs utilisent le bulletin comme moyen de diffusion. Le bulletin permet de se faire connaître mais il constitue surtout un moyen de garder le contact avec les adhérents et les sympathisants. Ces publications assurent une information sur l'activité de l'association et la transmission des idées et des revendications. (ex : « Les Cahiers de l'auditeur et du téléspectateur » publiés par la Confédération nationale des auditeurs et des téléspectateurs, « La lettre des téléspectateurs » de MTT, « Zapp » de Enjeu Télé, « Le Journal des téléspectateurs » de la Télé est à nous , etc.

Aujourd'hui, l'efficacité de ce moyen de diffusion est relative puisque ces bulletins paraissent rarement et généralement à intervalles irréguliers en raison du manque de moyens humains et financiers des associations. L'actuelle publication des Pieds dans le Paf en est une parfaite illustration. En effet, le « Paf Gadget », dont le contenu est très succinct, n'est publié qu'une à deux fois par an. En revanche, l'ancien « L'envers des médias » paraissait beaucoup plus régulièrement. « La lettre du téléspectateur » publiée par Médias-Familles est un peu plus fournie que le « Paf Gadget » mais elle ne paraît même pas une fois par an.

<sup>10</sup> MARCELLE (P.), *Contre la télé*, Paris, Verdier, 1998.

Dans la deuxième moitié des années 1990, les associations de téléspectateurs se sont tournées vers internet. Très vite, les associations en ont fait leur médium de prédilection. Le web apparaît comme un moyen de communication idéal pour elles. Peu coûteux, il permet un contact direct entre des membres ou des groupes géographiquement très éloignés. Il permet également de mobiliser en peu de temps un nombre accru d'adhérents mais aussi de sympathisants (ex : pétitions, manifestations spontanées). Cependant, Internet n'est visiblement pas un outil parfaitement maîtrisé par toutes les associations de téléspectateurs. Le site Internet des Pieds dans le Paf a récemment été piraté, ce qui a conduit à sa paralysie pendant plusieurs semaines. Plus grave, l'association qui n'a pas su résoudre le problème, a été contrainte de modifier l'adresse du site.

## 2. La difficulté des associations à s'exprimer dans les grands médias

Depuis longtemps, les associations de téléspectateurs réclament un espace public pour s'exprimer. Elles avaient obtenu du service public la programmation de deux émissions critiques dans lesquelles les associations de téléspectateurs étaient fréquemment présentes. (« C'est à vous », sur *Antenne 2*, et « Télé-pour, télé-contre », sur *FR3*). Aujourd'hui, les émissions de réflexion et de critique se sont développées mais sans la participation des associations de téléspectateurs. C'est le cas notamment de l'émission « Arrêt sur images » sur France 5 ou encore du « Médiateur » sur *France 2*.

À sa création, en 1989, l'association Les Pieds dans le Paf a bénéficié d'une large couverture médiatique. Mais Mélanie Lesaux-Glaymann, vice-présidente de l'association, évoque ensuite une « traversée du désert ». Elle déplore le fait que Les Pieds dans le Paf ne soit que très rarement invité à s'exprimer dans les médias en tant qu'association de téléspectateurs malgré l'envoi fréquent de communiqués de presse aux médias nationaux et locaux. « *Nous sommes assez fréquemment sollicités par les journalistes TV mais pour intervenir sur des sujets ridicules qui ne nous concernent pas ou pour leur trouver des témoins. Au moment du lancement de la TNT, ils nous ont beaucoup contacté, non pas pour nous demander notre avis, mais pour qu'on leur fournisse des téléspectateurs. Nous ne sommes pas une agence de casting !* », s'insurge la vice-présidente des Pieds dans le Paf. Si l'association se targue de quelques passages télévisés récents (ex : extraits dans le Zapping pour les 20 ans de *Canal+*, évocation des « *Zaps d'or* » dans l'émission « On a tout essayé » sur *France 2*), elle regrette le fait d'avoir été exclue de l'émission consacrée à la redevance audiovisuelle diffusée par le service public en 2004. « *Nous avons demandé à y participer mais cela nous a été refusé et lorsque nous en avons demandé la raison, on ne nous a pas répondu. Pourtant nous sommes des défenseurs de la redevance, nous militons même en faveur de son augmentation* », s'étonne la vice-présidente qui regrette, personnellement, de n'avoir été invitée sur le plateau d'une émission de débats sur France 3 « *que pour représenter la téléspectatrice de base et accessoirement la mère de famille* ». Même les télévisions associatives prêtent rarement leur antenne aux associations de téléspectateurs.

En ce qui concerne la presse écrite, le constat est le même. Il y a quelques mois, *Télérama* a consacré un reportage à la présentation par l'association d'un candidat au CSA et *Libération* a parlé du « dépôt de cervelles » organisé par Les Pieds dans le Paf devant le siège de TF1 et faisant suite aux déclarations fracassantes de Patrick Lelay. Mais, à ces exceptions près, les articles dans la presse nationale se font rares. L'association bénéficie cependant d'un meilleur relais de la part de la presse locale lorsque des manifestations en tous genres sont organisées. D'après Les Pieds dans le Paf, la radio est un peu plus encline à parler des associations de

télespectateurs (ex : invitations chez Jean-Marc Morandini sur *Europe1*). Mais l'association Médias-Familles ne bénéficie visiblement pas du même traitement puisque elle n'a été invitée à s'exprimer que sur Radio Courtoisie.

Dans leur ensemble, les médias et surtout la télévision paraissent accorder très peu de place, donc de reconnaissance, aux associations. Les invitations semblent, la plupart du temps, ne faire suite qu'à des coups d'éclats sacrifiant plus ou moins au spectaculaire. Pourtant le mouvement associatif est moins mal loti que naguère. Les associations en activité dans le passé ne bénéficiaient d'aucune « retombée médiatique ». On notera cependant que l'association MTT avait été conviée en 1991 par le ministre délégué de la justice, Me Georges Kiejman, lui-même invité, à participer à l'émission Point sur la table pour affronter Patrick Lelay.

## **B. La force médiatique des critiques de télévision**

### 1. La forte exposition médiatique des critiques

#### a- Une forte exposition par nature

Les critiques de télévision sont, par nature, exposés médiatiquement. Les médias constituant, via leurs différents supports, leur outil de travail. Les critiques de télévision s'expriment principalement dans la presse écrite nationale mais aussi régionale (même si le style et l'intention sont souvent différents d'un titre à l'autre) mais ils ont également accès à la radio et, plus rarement, à la télévision. Depuis quelques années, les émissions portant sur la télévision se multiplient dans l'audiovisuel. Il y est surtout question d'« actualité télé » mais ces émissions peuvent aussi donner l'occasion de jeter un regard critique sur certains programmes. L'émission « + Clair » diffusée sur Canal+ en est une illustration. Elle annonce le plus souvent la mise en orbite de nouvelles émissions en France comme à l'étranger. Force est de constater, au passage, que la critique est nettement plus sévère et plus construite lorsqu'il s'agit de programmes étrangers. La critique de télévision dans son ensemble touche un très large public puisqu'elle est présente dans tous les médias. Son rayonnement et, du même coup, son pouvoir sont bien plus importants que ceux des associations de télespectateurs dont les revendications sont, de fait, marginalisées.

#### b- L'accès des critiques à de multiples médias

L'activité du critique de télévision ne se cantonne pas à un seul support. Il est « multicasquette » car il a la possibilité virtuelle de voguer d'un médium à un autre au gré de ses envies et de ses propositions. Il peut, par exemple, commencer son activité dans un quotidien et la poursuivre dans un hebdomadaire ou sur une radio. Il peut également, à l'occasion, exercer sa verve de critique/chroniqueur sur plusieurs supports à la fois. C'est le cas, notamment, de Guy Carlier qui participe à l'émission « Le Fou du roi » sur *France Inter* et intervient, sur des sujets plus ouverts, dans l'émission « On ne peut pas plaire à tout le monde » sur *France 3* ou encore de Daniel Schneidermann qui publie des critiques dans *Libération* et anime l'émission « Arrêt sur image », sur *France 5*. De plus, de nombreux journaux proposent une version en ligne des articles ou chroniques qu'ils publient sur papier et permettent ainsi aux critiques de télévision d'être également présents sur internet.

## 2. Les problèmes de liberté et d'indépendance liés à cette exposition médiatique

### a- Les limites susceptibles de gêner tout critique de télévision

Si les critiques de télévision sont avantagés par rapport aux associations de téléspectateurs, ils peuvent connaître certaines difficultés justement liées à leur implantation dans les médias.

Contrairement aux associations de téléspectateurs qui sont, en principe, des électrons libres, les critiques de télévision sont rattachés à un journal, une radio ou une chaîne dont la ligne éditoriale peut constituer un frein sinon un obstacle au libre exercice de leur activité. L'étude réalisée en 1992 par Valérie Josselin sur des critiques travaillant dans la presse démontre que leur liberté par rapport à la ligne éditoriale s'apprécie différemment selon la publication dans laquelle ils travaillent. Certains critiques interrogés reconnaissent subir des orientations commerciales ou culturelles (ex : dans les magazines TV à gros tirage ou dans des groupes de presse actionnaires de telle ou telle chaîne) alors que d'autres affirment jouir d'une totale liberté (ex : à Télérama ou dans les journaux d'information générale prestigieux). Le critique de télévision est également confronté à un problème d'ordre technique. Son discours ou ses écrits sont limités dans l'espace et dans le temps par le calibrage, plus ou moins contraignant, qu'impose l'expression médiatique.

Un autre danger plane sur les critiques de télévisions : l'existence d'un conflit d'intérêts ou au contraire d'une connexité d'intérêts entre le journal ou la radio qui l'emploie et la chaîne qui diffuse le programme en question ou encore la société qui le produit. Par exemple, le critique de télévision d'un journal ayant des accords de coopération voire de coproduction avec une chaîne ne risque-t-il pas d'être gêné dans sa démarche, de se voir imposer ou au contraire interdire certains sujets ou certains propos ? De même, le fait qu'un journal (par exemple TéléZ) parraine certaines émissions télévisées ne risque-t-il pas d'entraver la mission du critique de télévision ?

### b- La difficulté de critiquer la télévision à la télévision

Faire de la critique de télévision à la télévision semble être un exercice assez délicat car aux difficultés qui guettent tous les critiques s'ajoutent des problèmes spécifiques. Non seulement il doit se pencher sur le milieu dans lequel il évolue professionnellement, ce qui n'est jamais très confortable, mais étant rattaché à une chaîne, il a vis à vis d'elle des obligations implicites qui peuvent, le cas échéant, se traduire par des pressions. La difficulté de sa mission est d'autant plus grande que beaucoup s'accordent à dire que le PAF est un microcosme. Il existe donc un risque évident de connivence<sup>11</sup>. Le critique est naturellement amené à tisser des liens avec des journalistes, présentateurs et autres protagonistes de la chaîne dans laquelle il travaille mais aussi des chaînes concurrentes. S'il entretient de bon rapport avec telle personne ne sera-t-il pas tenté d'être plus clément avec son émission qui serait par ailleurs d'une qualité contestable ? A l'inverse, s'il est habité d'une animosité particulière envers telle personne, ne risque-t-il pas de se montrer injustement incisif ? Comme le confirme Sylvie Kerviel, chef-adjoint du supplément radio-télévision du Monde, « *Il est sans doute plus facile mais aussi plus sain d'émettre des critiques quand on n'est pas du sérail*<sup>12</sup> ». Pour illustrer son propos, la journaliste prend l'exemple de l'émission « + Clair » diffusée sur la chaîne cryptée : « *Cette émission est produite par Marc Olivier Fogiel,*

<sup>11</sup> Voir en ce sens HALIMI (S.), *Les nouveaux chiens de garde*, Liber-Raisons d'Agir, Dijon 1997.

<sup>12</sup> Propos recueillis par courriel, le 25 avril 2005.

qui anime et produit des émissions sur d'autres chaînes et dont la société de production appartient au groupe Endemol<sup>13</sup> ». Il est vrai que dans de telles circonstances on peut s'interroger sur la latitude dont dispose le critique et sur sa crédibilité. Ignacio Ramonet avait d'ailleurs prévenu en 1991 qu'à ses yeux « *Les seules émissions crédibles sur la télévision seraient des émissions où l'image aurait le premier rôle*<sup>14</sup> ». On pense alors aussitôt à l'émission « Arrêt sur images » animée et produite par Daniel Schneidermann qui se présente comme l'émission de « décryptage de l'image ». Pour Sylvie Kerviel, « *Arrêt sur image fait du bon travail mais l'équipe s'est mise à dos une partie du Paf qui refuse de venir sur le plateau !* ». Pierre Bourdieu n'est pas de cet avis. Dans un pamphlet intitulé « *La télévision peut-elle critiquer la télévision ?* » publié par Le Monde Diplomatique suite à son passage dans l'émission, le sociologue écrivait : « *On ne peut pas critiquer la télévision à la télévision parce que les dispositifs de la télévision s'imposent même aux émissions de critique du petit écran* »<sup>15</sup>. Pour Bourdieu, une telle critique est rendue impossible par le rôle du présentateur (considéré comme un manipulateur « *qui coupe et distribue la parole et les signes d'importances* » dans le but de discréditer ou de valoriser certains intervenants), la composition du plateau (« *qui résulte d'un travail d'invitation sélective* ») et la logique du jeu de langage (qui révèle les affinités des « *médiatiques entre eux* »). Selon Bourdieu, les présentateurs « *sont les relais parfaits de la structure et s'ils ne l'étaient pas, ils seraient virés*<sup>16</sup> ». Pour répondre à cette attaque frontale, Daniel Schneidermann a publié un livre intitulé « *Du journalisme après Bourdieu* » dans lequel il rappelle la nécessité de critiquer les médias afin de sauver la crédibilité des journalistes (il se dit avant tout journaliste) et de traquer le moindre soupçon de soumission à l'argent, à l'urgence, en braquant de puissants projecteurs sur les distorsions infligées à la réalité. Il rappelle également qu'« *Arrêt sur images* » se soumet périodiquement au traitement qu'elle inflige aux autres. L'émission à laquelle a participé Bourdieu a d'ailleurs fait l'objet d'un décryptage.

## §2 Des possibilités d'intervention différentes

### A. La grande diversité des moyens d'action des associations de téléspectateurs

1. Les actions de sensibilisation du public, des professionnels de l'audiovisuel et des politiques

#### a- Des actions d'éducation aux médias et des réunions de réflexion

Si les possibilités d'obtenir un relais médiatique sont très limitées pour les associations de téléspectateurs, leurs autres moyens d'actions sont en revanche très variés. L'apprentissage et la découverte de la télévision ont toujours été pour elles des priorités. Dans les années 1950, certaines associations proposaient à leurs adhérents des services de prêts de livres sur la télévision, de dépannage de postes défectueux ou encore organisaient des visites de studios (ex : l'Association Générale des Auditeurs et des Téléspectateurs). Le but était de familiariser les foules à l'outil télé. Les associations des générations suivantes (ANTEA, MTT...), convaincues que l'esprit critique implique nécessairement une bonne connaissance, ont toujours privilégié les actions d'éducation aux médias. L'association les Pieds dans le Paf

<sup>13</sup> *Ibidem.*

<sup>14</sup> RAMONET (I), *op. cit.*

<sup>15</sup> BOURDIEU (P.), « *La télévision peut-elle critiquer la télévision ? Analyse d'un passage à l'antenne* », Le Monde Diplomatique, avril 1996, p. 25.

<sup>16</sup> BOURDIEU (P.), « *La télévision peut-elle critiquer la télévision ? Analyse d'un passage à l'antenne* », *Ibidem.*

s'implique particulièrement auprès des jeunes. Titulaire de l'agrément « jeunesse et sport », elle intervient régulièrement dans les établissements scolaires ou socioculturels et organise des séjours de formation.

Mais l'action des associations ne se situe pas exclusivement auprès des jeunes. L'association MTT essayait de mobiliser les pouvoirs publics en leur faisant parvenir le résultat des enquêtes<sup>17</sup> réalisées auprès de ses adhérents lors des réunions de réflexion organisées dans le cadre des « Observatoires critiques de la télévision ». Le mouvement Médias-Familles, qui a pourtant une activité réduite, fait parvenir de temps à autre des dossiers aux Parlementaires.

Les associations de téléspectateurs ont continué, comme à leurs débuts, à organiser des débats et des colloques pour sensibiliser le public et alerter les professionnels. Pour avoir plus d'impact, les associations ont cherché à s'associer avec d'autres mouvements sensibles eux aussi à la question de la télévision et, plus largement, de l'information. Le MTT a, par exemple, organisé des rencontres avec l'ONU et l'UNESCO<sup>18</sup>. L'association Les Pieds dans le PAF fait partie de plusieurs groupes de réflexion. Elle participe à l'Observatoire des médias, qui regroupe des associations proches du mouvement altermondialiste (ex : ATTAC, association du Monde Diplomatique) mais aussi des syndicats de journalistes, des chercheurs, des intellectuels... L'association est également membre du CIEM (Comité Interassociatif Enfance et Média). Ce comité, majoritairement constitué d'associations familiales et enseignantes, est en fait une émanation du défunt MTT. Pour Les Pieds dans le Paf, ce mouvement doit être qualifié d'association d'utilisateurs des médias (et non association de téléspectateurs) car son objet n'est pas de défendre le téléspectateur mais seulement une partie du public à savoir les enfants et les adolescents. L'action du CIEM est proche du lobbying.

#### b- Des actions moins conventionnelles

Ces quinze dernières années, les associations de téléspectateurs ont diversifié leurs champs d'action en organisant des événements plus festifs et plus « tape-à-l'œil ». Les Pieds dans le Paf, par exemple, ont mis en place une cérémonie annuelle « récompensant » les émissions « les plus nulles » : les *Zaps d'Or*. Ils organisent également une manifestation intitulée « La semaine 100 télé » dont le but est de débattre autour du thème de la télévision tout en marquant une pause cathodique tandis que des « TV troquets », c'est-à-dire des rassemblements dans des cafés, visent à promouvoir des productions audiovisuelles associatives. En 1992, l'association a présenté un « candidat des téléspectateurs » aux élections cantonales de Boulogne-Billancourt et, plus récemment, en 2003 et 2005, elle a soutenu la candidature de son président, Denis Rougé, lors du renouvellement du tiers des membres du CSA. Enfin, suite aux déclarations de Patrick Lelay sur le rôle de TF1, elle a appelé au boycott de la chaîne et a déposé, avec d'autres, des « cervelles » devant le siège du groupe.

<sup>17</sup> L'association invitait ses membres à se prononcer sur des thèmes tels que la « violence et les médias », « les jeux télévisés » ou encore « ce que les enfants apprennent à la télévision ».

<sup>18</sup> Ces rencontres se sont déroulées autour du thème de la mondialisation de l'information en compagnie d'associations de téléspectateurs étrangères.

## 2. Les actions en justice

### a- Les actions devant le juge judiciaire

Les associations ont tenté de passer par la voie juridictionnelle. L'article 31 du nouveau code de procédure civile prévoit que l'action n'est ouverte qu'aux personnes qui justifient d'un intérêt à agir sous réserve d'une habilitation expresse de la loi. Ainsi, l'action en justice des associations ne pose pas de difficultés lorsqu'elle vise à défendre l'intérêt d'un ou plusieurs de ses membres. En revanche, il en va autrement lorsqu'elle tend à défendre un intérêt collectif distinct de l'intérêt des membres. L'article 1<sup>er</sup> de la loi du 5 janvier 1988<sup>19</sup> reconnaît aux associations de consommateurs régulièrement déclarées la possibilité d'ester en justice pour défendre l'intérêt collectif des consommateurs. Or le téléspectateur n'est-il pas justement un consommateur de messages audiovisuels ? Pourtant cette voie n'a pu être exploitée par les associations de téléspectateurs. Une proposition de loi déposée en 1994 prévoyait la reconnaissance d'un intérêt à agir aux associations de téléspectateurs de plus de cinq ans en cas d'atteintes aux intérêts collectifs dont la défense était prévue par les statuts. Celle-ci ayant été avortée, les associations se sont heurtées à l'examen par le juge de leur recevabilité à agir. La loi du 5 janvier 1988 habilite également les associations familiales à défendre un intérêt collectif des familles. On aurait pu penser que MTT, largement animé par l'Union Nationale des Associations Familiales, allait se voir reconnaître un intérêt à agir grâce à cette disposition mais ce ne fut pas le cas car le MTT était autonome par rapport à la structure mère.

Le juge judiciaire s'est prononcé à plusieurs reprises sur la question de l'intérêt et de la qualité à agir d'une association de téléspectateurs. Lors d'une affaire opposant l'association de téléspectateurs<sup>20</sup> « TV Carton Jaune » à *TF1*, à la suite de la diffusion par la chaîne, le 16 février 1991, du célèbre montage effectué à partir d'une conférence de presse donnée à Cuba, le juge a refusé aux associations de téléspectateurs régulièrement déclarées le droit, « en l'absence de disposition législative l'y habilitant », d'agir en justice pour « défendre des intérêts généraux »<sup>21</sup>. En l'espèce, l'association faisait griefs à la chaîne d'avoir méconnu l'obligation professionnelle de fournir une information exacte et honnête au public. Dans une autre affaire réunissant les mêmes protagonistes, le TGI de Paris avait adopté une position beaucoup plus souple en reconnaissant un intérêt à agir aux associations de téléspectateurs à la condition, d'une part, que l'action intentée ait un rapport avec l'objet et la mission de l'association et, d'autre part, que cette dernière justifie d'un préjudice personnel et direct<sup>22</sup>. Mais la cour d'Appel est venue réformer ce jugement par une décision du 24 février 1998.

Par conséquent, les associations de téléspectateurs n'ont d'intérêt à agir devant le juge judiciaire qu'en cas d'atteinte aux intérêts de leurs seuls adhérents, et cela même si les statuts de l'association ont entendu ouvrir la possibilité d'ester en justice. Pour certains, cette position restrictive vise à éviter un contrôle de l'information par des associations aux

<sup>19</sup> Loi n°88-14 du 5 janvier 1988 relative aux actions des associations agréées de consommateurs » ; JO, 6 janvier 1988, p. 219.

<sup>20</sup> Ou plutôt l'association de juristes visant à défendre l'intérêt des téléspectateurs

<sup>21</sup> CA Paris, 1<sup>ère</sup> ch, 5 juillet 1994, *Association TV Carton Jaune c/ Poivre d'Arvor et autres*.

<sup>22</sup> TGI Paris, 1<sup>ère</sup> Ch. 29 novembre 1995, *TV Carton Jaune c/TF1*.

revendications plus ou moins catégorielles<sup>23</sup>. Cette attitude présente pourtant aussi le danger de laisser diffuser des messages malhonnêtes en toute impunité<sup>24</sup>.

#### b- Les actions devant le juge administratif

Le juge administratif est compétent pour connaître des actes de gestion publique et de fonctionnement d'un organisme gérant une mission de service public ou pour juger de la responsabilité de la puissance publique (ex : CSA). Il se montre plus souple que le juge judiciaire puisqu'il a admis, dans l'arrêt *Croix de Seguey-Tivoli*, du 21 décembre 1906, l'action collective des associations même en l'absence d'habilitation législative. L'action peut-être exercée pour défendre les intérêts collectifs moraux comme matériels mais le juge administratif a entendu soumettre sa recevabilité à conditions. Tout d'abord, l'intérêt collectif défendu doit être en relation avec l'objet social de l'association. Cet objet social doit nécessairement être précis, c'est-à-dire qu'il ne doit pas être trop général ou comporter des éléments trop subjectifs. Dans une affaire opposant l'« Association des Jeunes Téléspectateurs » au CSA, le Conseil d'État a refusé de reconnaître à l'association l'intérêt à agir au motif que son objet social était trop général. Selon ses statuts, l'association avait pour but « de rassembler, au-delà des appartenances politiques, philosophiques ou religieuses, des personnes de toute nationalité désirant ( ...) promouvoir et favoriser l'expression des téléspectateurs sous toutes ses formes<sup>25</sup> ». Ensuite, l'acte en cause doit avoir un lien avec l'objet. Enfin, l'acte attaqué peut être un acte positif (ex : autorisation) ou négatif (ex : refus) mais dans ce dernier cas l'acte doit impérativement être réglementaire car, s'il est individuel, l'association est déclarée irrecevable. C'est à partir de ces critères que le Conseil État a admis la recevabilité de l'action formée par l'association de téléspectateurs ALERTE le 21 juin 1970 contestant la légalité de la nomination du représentant des associations de téléspectateurs au conseil d'administration de l'ORTF. Plus récemment, l'intérêt à agir a été reconnu à l'association « La Télé est à nous » qui mettait en cause la légalité d'un acte portant nomination d'un président à la tête d'une société nationale de programme<sup>26</sup> ainsi qu'à l'association « Changez la Une » qui contestait la légalité de l'acte du CSA reconduisant une autorisation sans appel à candidature préalable<sup>27</sup>.

L'action en justice est avant tout un moyen de rétablir le droit mais elle pourrait bien devenir un moyen privilégié pour s'exposer médiatiquement. « *Jusqu'ici, les actions en justice n'étaient pas notre priorité mais nous avons en projet de développer ce type d'action depuis qu'un juriste a rejoint l'équipe des membres actifs* », explique la vice-présidente des Pieds dans le Paf avant d'ajouter : « *Cela permettrait de nous faire connaître auprès du public, d'accroître notre poids auprès des médias. La récente action du RAP (Rassemblement Anti-Pub) est un exemple car même s'ils ont perdu, le procès a pris une ampleur médiatique inespérée* ».

<sup>23</sup> Argument avancé par MECARY C. et GRAS F. dans un article intitulé « *De la recevabilité de la responsabilité* », JCP, 1996, jurisprudence, n°22562 in FAVRO K, *Téléspectateurs et message audiovisuel*, LGDJ, Bibliothèque de droit public, tome 215, 2001, Paris.

<sup>24</sup> Voir en ce sens FAVRO (K.), *Téléspectateurs et message audiovisuel*, LGDJ, *op. cit.*

<sup>25</sup> CE, 15 novembre 2000.

<sup>26</sup> CE, 19 janvier 1990.

<sup>27</sup> CE, 13 novembre 1996.

## B. L'écriture et la parole, les seuls moyens d'expression des critiques de télévision

### 1. Des moyens matériellement limités

Contrairement aux associations de téléspectateurs, les critiques de télévisions disposent de moyens quantitativement limités pour s'exprimer. L'écriture et/ou la parole sont les seuls moyens qui leur sont ouverts.

L'organisation interne des rédactions vient parfois limiter le choix des critiques de télévision. En effet, l'enquête menée par Valérie Josselin révèle que de nombreux magazines spécialisés ont opté pour une répartition du travail par chaînes dans le but d'améliorer la productivité. Cette organisation a pour effet de restreindre considérablement la liberté de choix et d'actions des critiques mais ne risque-t-elle pas aussi de limiter leur liberté d'expression ? Les critiques, qui travaillent ainsi avec les chaînes et leurs attachés de presse pour recueillir des informations, ne risquent-ils pas de s'autocensurer pour conserver de bonnes relations avec ces interlocuteurs ?

Heureusement dans beaucoup de rédactions, la répartition des émissions se fait en fonction des sensibilités et des connaissances de chacun même si parfois les critiques sont obligés de privilégier les programmes de « *prime-time* ». Parfois, ce sont eux-mêmes qui s'y obligent. C'est le cas notamment de Laurence Debril, chroniqueuse à *L'Express*, qui déclare osciller entre des programmes « *très attendus, à côté desquels* » elle « *ne peut pas passer* » et des programmes qui l'intéressent et sont susceptibles d'intéresser ses lecteurs<sup>28</sup>.

Parallèlement à leur activité, les critiques sont libres de s'exprimer en dehors de la sphère médiatique. À l'instar de François Mauriac qui présidait l'association « téléspectateurs et auditeurs de France », fondée en 1963, les critiques de télévisions peuvent tout à fait intégrer des mouvements associatifs. Il semble que la déontologie ne s'oppose pas à ce qu'ils s'engagent dans un tel combat.

### 2. Une variété de formes et de styles

Il existe un point commun à tous les critiques de télévision : quelque soit le support utilisé, leur « écriture » se doit d'être « *simple, directe, familière et accrocheuse*<sup>29</sup> » pour capter l'attention du public. Si ce style est usuel à la télévision et à la radio il l'est beaucoup moins dans la presse écrite. En 1992, Françoise Giroud soulignait pourtant déjà : « *Si nous faisons de la critique pointue, avec un vocabulaire spécialisé, il est évident que nous entrons en désaccord avec toute une partie du public* »<sup>30</sup>.

La forme utilisée varie considérablement d'un critique à un autre. Certains vont s'exprimer dans des articles, d'autres dans des chroniques, d'autres encore sous la forme de billets d'humeur. La forme n'est pas seulement dictée par le support mais relève aussi d'une préférence. Parfois l'émission dont il est question sert même de pur prétexte pour parler d'un thème général qui n'a rien à voir avec la télévision. La critique peut également se présenter sous forme d'enquête visant à décrypter le fonctionnement du Paf, à en dénoncer les dérives, à pointer les grandes tendances, etc. Quelques critiques ont choisi de sortir du cadre habituel de

<sup>28</sup> Propos recueillis par courriel, le 24 avril 2005.

<sup>29</sup> JOSSELIN (V.), *Les critiques de télévision*, Paris, mémoire, Institut Français de Presse, 1992.

<sup>30</sup> JOSSELIN (V.), *Les critiques de télévision*, op. cit.

leur travail et de s'exprimer dans des livres (ex : Pierre Marcelle, *Contre la télé*). Certains ont même réuni leurs articles dans des recueils (ex : Serge Danay, *Le Salaire du zappeur*).

Le ton peut aussi être très différent selon le sujet traité et selon le critique: il peut être enjoué si l'émission a convaincu, prendre la forme d'une lamentation ou d'une dénonciation dans le cas contraire ou encore être parfaitement neutre si la chronique est totalement informative. La critique est tantôt caressante, voire parfois complaisante, tantôt acide et violente. « *Le but de nos critiques, au Monde télé, est d'aider le téléspectateur à repérer, dans la masse des programmes, ceux qui méritent d'être vus*, précise Sylvie Kerviel. *C'est pourquoi nous privilégions les critiques positives aux descentes en flamme; ce qui arrive toutefois de temps en temps* ».

## **CHAPITRE II- UNE INFLUENCE LIMITÉE SUR LA QUALITÉ DES PROGRAMMES**

### **SECTION I- L'INFLUENCE LIMITÉE SUR LES DIRIGEANTS DE CHAÎNES**

#### §1- Une influence limitée sur les dirigeants de chaîne

##### **A. Le manque de prise des associations de téléspectateurs sur les chaînes de télévision**

###### 1. L'intégration passée des associations de téléspectateurs

###### a- Une intégration de courte durée imposée par la loi

Les associations de téléspectateurs ont toujours milité en faveur de la représentation des usagers au sein des instances télévisuelles. Dans les années 1950 déjà, l'Association Générale des Auditeurs et Téléspectateur faisait, comme d'autres, de la représentation des usagers dans l'organisme de radiodiffusion son cheval de bataille. En 1958, la RTF se dote d'un Conseil Supérieur mais aucun représentant des téléspectateurs n'est prévu. A partir de 1964, la participation à l'ORTF des associations de téléspectateurs est assurée par la loi. Celle-ci impose la nomination par le gouvernement, d'une part, d'un représentant des associations de téléspectateurs au conseil d'administration de l'ORTF et, d'autre part, de deux personnes membres du bureau d'une association de téléspectateurs au Comité des programmes de télévision, un organe nouvellement créé pour émettre des avis et faire des suggestions sur la composition et l'orientation des programmes. La loi exige que la désignation de l'administrateur se fasse d'après une liste établie par les associations d'auditeurs et de téléspectateurs « les plus représentatives ».

En 1972, le Comité des programmes est supprimé par les nouveaux statuts. Il est alors remplacé par un organisme équivalent mais cette fois les textes n'obligent plus le gouvernement à désigner des représentants d'associations de téléspectateurs. En revanche, le nombre des représentants des téléspectateurs siégeant au conseil d'administration est porté à deux, mais désormais il s'agit de nommer les représentants des usagers et non plus les représentants des associations de téléspectateurs. La procédure est démocratisée puisque désormais ils sont désignés l'un par la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée

nationale, l'autre par la Commission des affaires culturelles du Sénat. En revanche, les associations de téléspectateurs ne sont plus consultées pour désigner le représentant des usagers. L'Assemblée nationale en désignant Jean Cazeneuve, choisit de ne pas rompre totalement avec les associations de téléspectateurs même si l'action de celui-ci en tant que premier porte-parole de ces dernières au conseil d'administration a été très critiquée et que la représentativité de l'association dont il fait partie a souvent été contestée.

La loi de 1974 qui démantèle l'ORTF met fin à la représentation des associations de téléspectateurs au sein des organismes de télévision et organise la représentation de « l'opinion publique » par les Parlementaires eux-mêmes. Les députés communistes vont tenter de réhabiliter les associations de téléspectateurs en demandant, en vain, un amendement obligeant le conseil d'administration de chaque société de programme d'être composé de « représentants qualifiés des auditeurs et des téléspectateurs »

#### b- Des pouvoirs illusoirs

Les pouvoirs des représentants des téléspectateurs sur la qualité des programmes sont illusoirs et cela pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les représentants des associations de téléspectateurs, peu nombreux, ont toujours été dilués pour ne pas dire « noyés » dans la masse constituée par les autres membres. En effet, le Comité des programmes, qui comportait deux représentants des associations, était composé de 24 membres. Par conséquent, leurs voix ne représentaient qu'un douzième des effectifs *-si tant est que les deux votent dans le même sens-*. Sur les 16 membres du conseil d'administration de l'ORTF, un seul représentait les associations de téléspectateurs. Les quinze autres étant des représentants de l'État (8) et de la presse écrite (1) et des membres « hautement qualifiés » (4). Le pouvoir des représentants des téléspectateurs était donc, de fait, considérablement dilué. En 1972, l'effectif du conseil d'administration a été réduit à 12 et le nombre de représentants des téléspectateurs est passé à 2. Mais la désignation se fait alors sans les associations de téléspectateurs. Ensuite, il convient de rappeler que le Comité des programmes n'a qu'un rôle consultatif ce qui relativise encore l'influence des associations de téléspectateurs sur le choix des programmes. Enfin, il faut rappeler que les conditions de désignation du représentant des associations de téléspectateurs au sein du conseil d'administration ont fragilisé encore l'influence de celui-ci au sein de l'ORTF.

Le premier représentant des associations d'auditeurs et de téléspectateurs, Jean Cazeneuve, a été nommé par le gouvernement d'après une liste établie par les associations d'auditeurs et de téléspectateurs « les plus représentatives » conformément aux textes en vigueur. Or la notion de représentativité a soulevé quelques difficultés d'appréciation notamment parce qu'à cette époque les associations étaient nombreuses et que beaucoup d'entre elles étaient de création très récente. Pour cette nomination, le gouvernement a consulté 11 associations d'auditeurs et de téléspectateurs. Mais le procédé de désignation a été largement contesté. L'association ALERTE a tenté un recours devant le conseil d'État tendant à faire reconnaître qu'elle était entachée d'illégalité en l'absence de tout décret précisant les modalités d'établissement des listes et les critères de représentativité. Le Conseil d'État a rejeté la prétention au motif que la loi était suffisamment claire. Les associations ont réclamé une élection mais Alain Peyrefitte, ministre de l'information, a balayé les réclamations en rétorquant qu'un tel mode de désignation serait trop lourd à organiser.

En 1968, le mandat de Jean Cazeneuve a été reconduit sans aucune consultation des associations de téléspectateurs. ALERTE a formé un nouveau recours devant le Conseil État

Celui-ci a accueilli la demande de l'association et a annulé la désignation dans une décision du 9 juillet 1970. Le 24 mars 1971, le Conseil des Ministres a nommé un nouvel administrateur pour le remplacer : Alain Barizeele (ancien membre suppléant du Comité des programmes et membre d'une association régionale du nord de la France). Pour Christian Brochant, c'est la première fois que les usagers sont représentés par quelqu'un qui appartient à une association qui n'est pas fantôme mais qui est au contraire bien en activité<sup>31</sup>. Très vite Jean Cazeneuve et Georges Riond remplacent Barizeele au conseil d'administration. M. Riond, qui ne fait pourtant partie d'aucune association d'usagers de la télévision, envoie des signes forts aux associations de téléspectateurs. Il déclare sa volonté de voir se développer les associations de téléspectateur, salue l'action de certaines d'entre elles et invite leurs dirigeants à venir exprimer à l'ORTF leur mécontentement et leur satisfaction.

Mais la loi de 1974 tourne définitivement la page de la représentation des usagers au sein des organes de la télévision française.

## 2. Une coopération actuelle insuffisante voir inexistante

### a- Une coopération insuffisante avec les chaînes publiques

L'association Les pieds dans le Paf est en contact régulier avec les médiateurs de France-Télévision. Elle entretient de bonnes relations avec eux selon la vice-présidente de l'association. Cependant, celle-ci se montre très sceptique quant à l'efficacité de ces rencontres. « *Les médiateurs ont les poings liés, sous la pression des dirigeants ils se contentent des remarques du téléspectateur lambda. L'instauration de médiateurs est une initiative louable mais, en réalité, elle comporte des effets pervers car elle agit comme un rideau de fumée qui masque le manque de considération que nous témoigne le groupe* », déplore-t-elle. Les relations entre le président de la holding, Marc Tessier, et l'association sont à l'évidence nettement moins bonnes. Celui-ci a déclaré dans *Télérama* qu'il ne reconnaissait aucune légitimité aux associations de téléspectateurs. Par ailleurs, il a toujours refusé de rencontrer les dirigeants des Pieds dans le Paf. France Télévision semble privilégier les doléances du téléspectateur individuel. Un service « Relation Téléspectateur » a été mis en place dans toutes les chaînes du groupe et une émission hebdomadaire de médiation a été programmée sur France 2 (« Le Médiateur »). L'association Médias-Famille avoue avoir renoncé à démarcher les chaînes en son nom précisément pour cette raison. « *Nous demandons à nos adhérents de contacter directement la chaîne, ils sont mieux écoutés individuellement* » confie M. Delongaux, le président de l'association. Par ailleurs, France-Télévision fait réaliser des études qualitatives sur un panel d'une dizaine de personnes de tous âges et de toutes catégories socioprofessionnelles. Ce procédé permet au groupe de tester de nouveaux concepts d'émission ou de vérifier l'accueil des émissions déjà programmées à l'antenne. Le public de référence doit se prononcer sur la qualité du contenu mais aussi sur celle de la forme.

La loi du 1<sup>er</sup> août 2000 prévoit la création d'un Conseil consultatif des programmes au sein de France Télévision. Cependant cet organe n'a toujours pas vu le jour car aucun décret d'application n'a été adopté. Ce conseil consultatif est censé se composer de vingt téléspectateurs nommés pour trois ans, tirés au sort parmi les redevables de la redevance audiovisuelle selon une procédure définie par le Conseil État. Selon la loi, ce conseil doit se

<sup>31</sup> BROCHANT (C.), *L'influence des associations d'auditeurs et de téléspectateurs de 1924 à 1984*, thèse, Paris VII, 1985.

réunir au moins deux fois par an dont une fois avec le conseil d'administration de la holding. Il a la possibilité d'émettre des avis et des recommandations sur les programmes. Le député Yves Cochet avait remarqué à juste titre que les gens tirés au sort « *auront peu d'expérience et ne seront pas formés au débat collectif comme on l'est dans une association* ». L'association les Pieds dans le Paf partageait cet avis. Pour elle, ce « système de jury » n'était pas satisfaisant car il donnait un pouvoir « *à n'importe qui* ». Ce manque d'enthousiasme lui a été beaucoup reproché mais, depuis 2000, l'association a revu sa position et estime maintenant qu'un tel système serait « *mieux que rien* ». Certains politiques continuent à batailler pour que la loi de 2000 soit respectée : c'est le cas de l'ancienne ministre de la culture et de la communication, Catherine Tasca (qui en est à l'initiative) et du député Martin-Lalande.

a- Une coopération quasi inexistante avec les chaînes privées et les nouvelles chaînes de la TNT.

L'association MTT avait marqué un point en obtenant l'assurance de siéger au comité d'éthique de La Cinq. Cependant, cette participation n'a jamais pu s'exercer puisque, peu de temps après, la chaîne a déposé le bilan.

Aujourd'hui, Les Pieds dans le Paf avoue n'avoir pratiquement aucune prise sur les chaînes privées. L'association a le sentiment d'être ignorée par TF1 et M6 alors qu'elle est fortement sollicitée par des particuliers en conflit avec ces chaînes. En revanche, l'association déclare entretenir de bonnes relations avec Canal+ : « *La chaîne nous a parfois même soutenus, mais c'est aussi certainement parce que nous critiquons beaucoup leur concurrents* ». Il est vrai que les critiques adressées aux concurrents permettent à la chaîne cryptée de revendiquer sa différence en agitant le drapeau du fameux « esprit Canal ». Pourtant, cela ne peut pas être la seule raison qui pousse Canal+ à accorder un minimum d'attention à l'association car l'argument avancé est valable pour toutes les chaînes y compris celles qui se montrent particulièrement réfractaires au dialogue. L'association a eu quelques premiers contacts avec les nouvelles chaînes gratuites de la TNT. Apparemment ces dernières lui font « bonnes figures » mais l'association les attend visiblement au tournant. L'association confie avoir rencontré à ses débuts des difficultés avec les télévisions associatives qui semblaient plutôt réticentes à laisser un espace d'expression aux téléspectateurs. Aujourd'hui, des progrès semblent avoir été réalisés car des membres de l'association et plus largement des téléspectateurs siègent en tant que tels au conseil d'administration de certaines d'entre elles<sup>32</sup>.

Les Pieds dans le Paf ont quelques contacts « sporadiques » avec les chaînes câblées et les chaînes satellitaires. « *Ces chaînes sont dans le système clientèle, nous n'avons donc aucun poids* », affirme la vice-présidente avant de rappeler que l'association se concentre surtout sur les chaînes hertziennes « *car elles sont reçues par le plus grand nombre* ».

<sup>32</sup> C'est le cas notamment au conseil d'administration de *Zaléa TV*, chaîne qui émet en région parisienne.

## B. L'influence des critiques sur les dirigeants de chaînes

### 1. L'influence directe des critiques: de la collaboration à l'impuissance

#### a- La collaboration passée des critiques et de l'organe de télévision

Contrairement aux associations de téléspectateurs, les critiques de télévision ont été, dans un premier temps, sollicités et écoutés par les professionnels du petit écran. En effet, dans les années cinquante et soixante, la direction de l'organisme télévisuel porte une grande attention aux remarques formulées par les critiques de télévision. Des rencontres régulières sont organisées pour recueillir leur avis et une émission leur est même consacrée.

Cette volonté de collaboration se manifeste à un moment où les critiques n'ont pas tellement d'influence sur les téléspectateurs puisque, d'une part, il n'existe qu'une seule chaîne de télévision (jusqu'en 1964) et que, d'autre part, les critiques n'interviennent généralement qu'après diffusion<sup>33</sup>. Par conséquent, le but poursuivi n'est autre que d'entamer une réflexion commune sur la qualité des programmes avec les critiques (qui sont alors pour beaucoup de fervents défenseurs de la télévision même s'ils n'hésitent pas à remettre en cause certaines émissions). Pourtant à l'époque certains dénoncent déjà l'indifférence des hauts responsables de la télévision par rapport aux critiques<sup>34</sup>.

#### b- Le sentiment d'impuissance des critiques

Depuis plusieurs années, les critiques éprouvent un sentiment général d'impuissance. Dans les premiers temps de la critique, nombreux étaient ceux qui pensaient pouvoir jouer un rôle dans le développement qualitatif de la télévision<sup>35</sup>. Une grande majorité d'entre eux semble depuis longtemps s'être résignée – non sans amertume – à écrire uniquement pour leurs lecteurs ou leurs auditeurs. « *Je ne pense vraiment pas qu'une critique de télévision puisse influencer d'une quelconque manière sur les choix des directeurs de programmes qui, à part sans doute les dirigeants d'Arte ou de France 5, ne sont guidés que par un objectif, faire de l'audience*<sup>36</sup> », confie Laurence Debril de l'Express. Certains se montrent plus optimistes et veulent croire à une influence, même minime, de la critique. « *Les critiques du Monde ont un impact à la direction des chaînes, nous le savons en discutant avec les responsables dans les festivals ou conférences de presse, affirme Sylvie Kerviel. Mais certaines chaînes, notamment commerciales, se moquent royalement de l'opinion des journalistes quant à la qualité de leur programme. Ce qui compte pour elles c'est l'audience. Le service public par contre est beaucoup plus à l'écoute* ». La journaliste fait valoir pour défendre son point de vue que les critiques de la presse sur l'affaire des animateurs-producteurs ont contribué à la chute de Jean-Pierre Elkabbach.

Il est difficile d'apprécier l'influence des critiques de télévision sur les dirigeants de chaînes dans la mesure où ces derniers ne s'épanchent pas sur le sujet. Cependant il est facile de constater que les programmes les plus critiqués se maintiennent très longtemps (ex : le

<sup>33</sup> Voir en ce sens : MEADEL (C.) et ULMANN-MAURIAT (C.), « *Les critiques* » in JERNNENEY (J.-N.), *L'écho du siècle. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France*, Hachette Littérature, ARTE Éditions, La Cinquième Édition, Paris, 1999, pp. 507-509.

<sup>34</sup> Exemple : en 1969, le chroniqueur de Télé Magazine, François Brigneau, dans un article intitulé « *Critiques à bâtons rompus sur les bâtons de la critique* » (cité par JOSSELIN V.).

<sup>35</sup> Voir en ce sens JOSSELIN (V.), *Les critiques de télévision*, mémoire, Paris, Institut Français de Presse, 1992.

<sup>36</sup> Propos recueillis par courriel le 24 avril 2005.

Bigdil ou les émissions de télé-réalité) alors que d'autres, pourtant salués par la critique, disparaissent très rapidement de la grille ou continuent d'être diffusés au milieu de la nuit (ex : les émissions culturelles). Les critiques formulées dans les médias de référence sont certainement lues ou entendues par les dirigeants de chaînes mais il semble qu'elles n'infléchissent pas leurs choix. Toutefois, il faut relativiser, car les chaînes qui privilégient les programmes aux ambitions culturelles ou éducatives, comme France 5 ou Arte, sont certainement plus sensibles aux critiques.

Les critiques n'ont visiblement pas droit de vie ou de mort sur les programmes « fédérateurs », lorsque ceux-ci sont déjà à l'antenne et qu'ils « fonctionnent ». Pour certains<sup>37</sup>, les critiques n'ont pas d'influence sur la composition ni sur le contenu des programmes mais seulement sur l'image de la chaîne. Encore cette influence est-elle limitée par le fait que si l'image d'une chaîne est forte, le taux d'audience de ses programmes constitue sa vraie « vitrine » auprès des annonceurs (même si certains d'entre eux ne veulent pas être associés à des programmes trop « trash » ou trop sulfureux).

## 2. Une influence indirecte sur les dirigeants ?

Dès lors que l'audience semble être le souci principal de la plupart des dirigeants de chaînes, il faut s'interroger sur la capacité des critiques à influencer le choix des téléspectateurs.

Si les critiques de télévision ont globalement le sentiment d'être lus ou écoutés, certains émettent quelques réserves sur leur influence réelle sur les téléspectateurs. Il est vrai qu'il n'y a que rarement corrélation entre les critiques et l'audience. En effet, une bonne ou une mauvaise critique a priori ne garantit aucunement une bonne ou une mauvaise audience. Il semble aussi que l'impact dépende beaucoup des habitudes du téléspectateur. Une étude de l'INA réalisée en 1990<sup>38</sup> avait démontré qu'une partie des téléspectateurs ritualisait sa consommation télévisuelle. Qui n'a entendu tel téléspectateur assidu évoquer « son » émission ou « son » feuilleton télévisé ? Sur le choix de ce type de téléspectateur, la critique ne peut avoir qu'une influence extrêmement limitée. Il semble que l'influence du critique s'exerce surtout sur les téléspectateurs hésitants.

L'influence est aussi une affaire de crédibilité. Le téléspectateur va naturellement davantage se fier à l'avis des critiques qu'il connaît qu'à celui des critiques qu'il n'a jamais lus ou entendus ou, pis, qu'il connaît mais qui l'ont déçu. Les recommandations ne peuvent porter que dans la mesure où un rapport de confiance s'est établi. De plus, les téléspectateurs sont, de l'avis de certains, davantage séduits (ou rebutés) par un concept d'émission, le nom des invités, des acteurs, des animateurs ou encore des réalisateurs que par l'opinion du critique.

Finalement, il semble que les critiques ont un pouvoir de persuasion relativement faible sur les consommateurs de télévision et n'ont donc pas les moyens de peser, par ce biais, sur les décisions des dirigeants de chaînes.

<sup>37</sup> Ex Jean-Marc Pourcel, ou encore Laurence Debril.

<sup>38</sup> Citée par JOSSELIN (V.), *Les critiques de télévision*, Paris, mémoire précité.

## **§2- Les causes de ce manque d'influence**

### **A. Les causes communes aux associations de téléspectateurs et aux critiques**

#### 1. La primauté de l'audimat sur la recherche de la qualité

Les remarques des associations comme celles des critiques se heurtent visiblement à un obstacle majeur : l'audience. La mesure des taux d'audience est une obsession quasi universelle dans le paysage audiovisuel français, et ceci des deux côtés du petit écran, chez les professionnels de la télévision comme chez les critiques mais aussi, par ricochet, parmi le grand public. Nul ne peut en effet ignorer aujourd'hui que telle nouvelle émission a fait un « tabac » ou que telle autre a fait un « flop ». Chaque record d'audience est complaisamment affiché et, entre les différentes chaînes, le match quotidien est largement commenté. On peut s'interroger, au passage, sur l'empressement mis par beaucoup de journalistes ou de médias spécialisés à relayer des chiffres et des pourcentages qui constituent, certes, en eux-mêmes des informations mais participent également à une sorte de mise en condition de l'opinion vers laquelle on tend en permanence un miroir. Pour les chaînes commerciales, l'audience constitue l'arme absolue et le signe, indiscutable selon elles, de la pertinence de leur programmation. C'est aussi, bien sûr, leur principal argument de vente d'espaces publicitaires auprès des annonceurs. Ce n'est pas par hasard si les chaînes privées mais aussi du service public s'offrent régulièrement des pages entières de publicité dans la presse pour afficher leurs meilleurs « scores » d'audience en première partie de soirée. Face au rouleau compresseur de l'audimat, que pèsent les observations, les indignations ou les revendications des critiques ou des associations de téléspectateurs ?

Les responsables de la télévision ont beau jeu de contrer ou de repousser les arguments critiques en brandissant les courbes d'audience et en tenant à peu près ce discours : « Si les gens regardent un programme, c'est qu'ils l'aiment ». Il faut de la constance et un certain courage aux critiques pour ramer, plus ou moins régulièrement, à contre courant de l'audimat en défendant des émissions de qualité, exigeantes et rigoureuses, qui ne toucheront ou n'ont touché qu'un nombre relativement restreint de téléspectateurs. Il ne faut pas moins de désintéressement et d'opiniâtreté aux associations qui, en militant pour la qualité des programmes, doivent parfois avoir la désagréable impression de se battre sinon contre leur camp (celui des téléspectateurs) du moins contre la représentation, plus ou moins caricaturale, qu'en donne l'audimat.

#### 2. Le manque de représentativité et de légitimité

##### a- La faiblesse criante des effectifs des associations de téléspectateurs

Si les dirigeants de chaînes ne prêtent globalement aucune attention à ce que peuvent dire ou écrire les associations et les critiques c'est parce que, les unes et les autres, souffrent d'un manque évident de représentativité.

La plupart des associations de téléspectateurs ont pour ambition de représenter l'intérêt de tous les usagers. Au début de la télévision, la « communauté » des téléspectateurs est restreinte puisqu'en 1958 on ne dénombre qu'un million d'appareils de réception. Au fil des années, le parc de l'équipement audiovisuel s'est accru à une vitesse vertigineuse, particulièrement à partir du début des années 1970. Aujourd'hui, beaucoup de familles

possèdent plusieurs postes et les habitudes de consommation se sont considérablement diversifiées. Dans les années 1950 et 1960, les associations qui revendiquaient quelques milliers d'adhérents pouvaient à la limite se prévaloir d'une certaine représentativité mais, avec la démocratisation de la télévision, les consommateurs de télévision ne constituent plus un groupe spécifique restreint et identifiable mais constitue une masse d'individus multiforme. Le téléspectateur se confond désormais avec le citoyen. Le terme générique de téléspectateur recouvre toutes les tranches d'âges et toute les catégories sociales. Les goûts et les envies de chacun étant forcément très différents, il paraît impossible de parler, d'une seule voix, au nom d'un groupe aussi hétérogène.

La faiblesse des effectifs des plus importantes associations de ces dernières années vient renforcer ce constat. MédiasTélévision et Téléspectateurs était la seule association qui pouvait revendiquer un grand nombre d'adhérents (de l'ordre de deux millions et demi) mais cette importance numérique était relativisée par le fait que l'adhésion à l'une des multiples associations de l'UNAF ou de la Ligue Enseignante entraînait une adhésion automatique au mouvement de téléspectateurs. Aujourd'hui, l'association de téléspectateurs la plus active, Les Pieds dans le Paf, réunit moins de mille adhérents et pourtant l'association, contrairement à d'autres mouvements, se dit « généraliste ». *« L'argument du manque de représentativité nous sera toujours opposé ! s'exclame la vice-présidente de cette association. Pourtant, aucune association de consommateurs -même lorsqu'elle est pleinement reconnue- ni aucun parti politique ne peut se vanter de compter cinq millions d'adhérents. Cela ne les empêche pas d'être écoutés et souvent entendus. »*

Pour tenter d'éviter ce reproche, en forme de procès, mais surtout pour assurer leur survie, les associations ont régulièrement tenté de se regrouper (ex : la Confédération des associations générales d'auditeurs et téléspectateurs ou, plus récemment, l'Association Européenne des Téléspectateurs et Auditeurs) mais à chaque fois ces unions se sont soldées par un échec et ont fini par disparaître. Depuis 2004, Les Pieds dans le Paf s'attelle avec d'autres à monter une nouvelle association européenne qui serait, cette fois, une association « d'utilisateurs des médias » et pas seulement de téléspectateurs afin de réunir le plus possible de forces. La vice-présidente explique que ce projet vise à réunir « les groupements du « nord » qui sont surtout des associations d'utilisateurs dotées d'un important pouvoir de lobbying et les mouvements du « sud », qui sont majoritairement des associations de téléspectateurs et qui ont très peu de pouvoir ». La dirigeante prévient que ce sera très difficile en raison de la diversité de ces associations. Il est vrai que la tâche sera certainement compliquée dans la mesure où même au niveau national, les associations de téléspectateurs françaises n'ont jamais réussi à coordonner leurs actions.

#### b- L'opinion du critique, un avis personnel mais éclairé

L'avis du critique n'est après tout que l'expression d'une opinion personnelle mais lorsque son travail est bien fait cet avis est basé sur des critères objectifs. Certains critiques disent se mettre au niveau de leurs lecteurs, spectateurs ou auditeurs, et formuler un avis en fonction de leurs goûts et de leurs centres d'intérêts supposés. On peut observer que la revendication de ce type de pratique concerne essentiellement les journalistes travaillant dans les magazines télé spécialisés. Or, en général, les critiques de ces publications se contentent d'annoncer les programmes en quelques lignes en se focalisant sur les films, les fictions et les documentaires, sans jamais dénoncer les facilités, les « ficelles » voire le caractère « racoleur » de telle ou telle émission « innovante » qui précisément fait débat (ex : les

émissions de télé-réalité ou de confessions se référant plus ou moins à la « psychologie »). Par conséquent, ce type de critiques, en retrait ou en marge des sujets polémiques, ne saurait prétendre avoir de l'influence sur la qualité des programmes.

Il est impossible de tirer des conclusions sur la représentativité des critiques en fonction du tirage, du taux d'écoute ou d'audience du support sur lequel elles s'exercent. D'abord, parce qu'il est difficile voire impossible de savoir combien de personnes vont effectivement lire ou écouter la critique, la plupart du temps noyée dans un flot d'informations. Ensuite, parce que même si l'avis exprimé par le critique est reçu, compris et éventuellement partagé, dans les faits, il n'y a pas de corrélation vérifiable entre la critique et l'audience.

Pour être personnel, l'avis du critique de télévision n'en est pas moins, en principe, un avis éclairé, nourri par un regard de « professionnel ». Même si beaucoup de critiques confient essayer d'entretenir en eux une certaine naïveté et de réagir comme un « téléspectateur moyen »<sup>39</sup>, ils connaissent les rouages de la télévision et les subtilités de cet outil. C'est justement en vertu de cette connaissance que les dirigeants des chaînes (qui ont pour habitude de discréditer les associations de téléspectateurs en faisant valoir qu'elles méconnaissent les réalités de la télévision), devraient être attentifs à l'opinion des critiques. Même si la représentativité leur fait défaut, il paraît légitime d'estimer que l'avis des critiques, considéré comme une sorte d'expertise, mériterait d'être entendu -et, éventuellement, écouté- par les responsables du petit écran. Surtout lorsque les avis des différents critiques sont concordants. Ce qui n'est évidemment pas toujours le cas. De la divergence des points de vue naît alors aussi bien la richesse que la difficulté...

## B. Les causes particulières à chaque catégorie

### 1. Les causes spécifiques aux associations de téléspectateurs

#### a- Un modèle de référence dépassé ?

Pour certains essayistes, le faible impact de la plupart des associations de téléspectateurs est dû à leur incapacité à renouveler leur modèle de référence. Jacques Guyot fait valoir que les associations n'ont pas su « accompagner la gamme variée des pratiques télévisuelles<sup>40</sup> » permises par l'évolution technique mais qu'au contraire elles se sont bornées à tenir un discours basé sur l'opposition téléspectateur actif/passif. Or, selon lui, ce schéma est depuis longtemps erroné puisque le poste se situe « au carrefour d'un ensemble périphérique et de réseaux qui font du téléspectateur un individu actif »<sup>41</sup>. M. Guyot veut dire par là que le téléspectateur fait un choix lorsqu'il regarde un programme de télévision (car il pourrait très bien regarder un DVD, une cassette vidéo ou allumer sa console de jeux). Le développement récent de la télévision interactive vient appuyer et conforter ce raisonnement. Pour autant, il n'est pas certain que l'opposition téléspectateur actif/passif soit complètement désuète.

<sup>39</sup> Voir en ce sens JOSSELIN (V.), *Les critiques de télévision*, Paris, mémoire précité.

<sup>40</sup> GUYOT (J.), « La représentation des téléspectateurs » in ESQUENAZI (J.-P.), *La télévision et ses téléspectateurs*, Paris, L'Harmattan, Champs Visuels, 1995.

<sup>41</sup> *Ibidem*.

Par ailleurs, il est reproché aux associations de téléspectateurs de défendre un modèle télévisuel dépassé. Il est vrai que les associations sont généralement restées attachées au modèle de la télévision hertzienne, généraliste et de service public, et qu'elles essaient, en vain, d'appliquer ce modèle aux chaînes privées (hertzienne, par satellite ou par câble). Ainsi leurs revendications sont-elles souvent très éloignées des préoccupations économiques des chaînes. Mais peut-on vraiment leur reprocher de défendre un idéal ? Et surtout peut-on leur reprocher de vouloir l'appliquer aux chaînes hertziennes généralistes publiques, alors que celles-ci devraient se détacher des considérations économiques et de la logique concurrentielle justement parce qu'elles sont financées en partie par la redevance audiovisuelle ?

#### b- Les causes spécifiques aux critiques de télévision

La critique est éphémère, elle ne dure que quelques minutes lorsqu'elle est formulée à l'oral et ne vit qu'un jour ou qu'un mois tout au plus lorsqu'elle est jetée par écrit. Contrairement à certaines associations qui démarchent régulièrement les dirigeants de chaîne, le critique, lui, se contente de coucher sur le papier ses impressions, ses analyses, ses humeurs, plus rarement ses doléances. Chacun de ses articles ou de ses chroniques est comme une bouteille à la mer, un « message » lancé au gré des flots. Happé, comme tout journaliste, par l'actualité (des programmes ou de la vie des chaînes) et les émissions à visionner, en avant-première ou en direct, il a rarement la possibilité de s'appesantir ou de revenir sur un sujet -d'enthousiasme ou d'indignation- même lorsqu'il lui tient particulièrement à cœur. Pour le critique, une émission chasse l'autre. A quelques exceptions près, qui confirment la règle, les critiques disent ne pas avoir la possibilité, même s'ils en avaient la volonté, d'entretenir de longues polémiques ou de batailler avec une chaîne, de s'attaquer dans la durée à un type d'émission à leurs yeux contestable, de revenir autant qu'ils le souhaiteraient (pour certains) sur la médiocrité, la vulgarité voire l'indignité de tel ou tel programme. Le critique est ainsi une sorte de chevalier qui rompt des lances contre des moulins (à images) dont les ailes ne cessent jamais de tourner.

Beaucoup de journalistes de télévision ont des contacts, plus ou moins réguliers, avec les chaînes mais, le plus souvent, ils ont affaire à des attachés de presse dont le rôle est de présenter au mieux les « produits maison » et qui n'ont généralement aucun pouvoir de décision. La rencontre (ou la confrontation) avec les instances dirigeantes des chaînes n'est réservée qu'à un petit nombre de journalistes spécialisés, notamment à l'occasion d'interviews ou de conférences de presse, souvent consacrées à la présentation de nouvelles grilles. Mais l'écoute est très rarement réciproque et, en définitive, les critiques n'ont guère d'autres moyens de se faire entendre que leurs articles ou leurs chroniques.

## SECTION II- UNE INFLUENCE LIMITÉE SUR LES PERSONNES AYANT UN CERTAIN POUVOIR SUR LA POLITIQUE DES CHAÎNES

### §1- L'influence limitée sur les décisions du CSA

#### A. Une influence limitée

##### 1. L'absence de pouvoir de décision des associations

À sa création, le CSA a exprimé sa volonté « *d'établir un dialogue constant avec les représentants des différentes associations* »<sup>42</sup>. Dans les années 1990 les quatre grandes associations<sup>43</sup> de téléspectateurs ont effectivement été auditionnées par le CSA à plusieurs reprises. Les associations étaient donc invitées à donner leur point de vue. Aujourd'hui, les seules associations nationales encore en activité conserve quelques contacts avec certains conseillers du CSA mais les relations semblent moins suivies qu'auparavant. L'association Les Pieds dans le Paf se plaint de devoir continuellement solliciter l'organe de régulation. Elle lui reproche de ne jamais prendre l'initiative des rencontres. Comme auparavant, le CSA semble simplement prendre acte des revendications. Il n'en tient compte que lorsqu'elles abondent dans le sens de son action. C'est le cas, par exemple, en matière de protection de l'enfance et de l'adolescence. Le CSA travaille beaucoup avec le CIEM, ce comité interassociatif dont fait partie Les Pieds dans le PAF. Mais ce partenariat a un objet distinct de la défense des intérêts des téléspectateurs en général. Le pouvoir des associations est seulement consultatif car leur avis ne lie pas le CSA.

L'association Les Pieds dans le PAF réclame une participation plus active au sein du CSA. Elle souhaite qu'un représentant des téléspectateurs soit nommé conseiller au CSA. A cette fin, elle a présenté un candidat en 2003 puis en 2004 lors du renouvellement par tiers des membres du CSA. Pour l'association, qui se défend d'être opportuniste, cette démarche ne vise pas seulement à obtenir un pouvoir décisionnaire au sein de l'organe de régulation mais tend également à envoyer un signe fort à la classe politique pour « *donner une impulsion symbolique à la démocratisation de l'audiovisuel.* » Cette candidature pourtant annoncée par certains médias (notamment par *Le Monde* et *Télérama*) n'a reçu que peu de soutien. Une pétition disponible sur Internet a été signée par environ 1 000 personnes (dont le député socialiste Arnaud Montebourg) et par plusieurs associations d'inégales importances. La campagne s'est finalement soldée par un échec.

##### 2. L'exception de la saisine

Le rapport des associations de téléspectateurs avec l'autorité de régulation n'est pas institutionnalisé mais dépend du bon vouloir de celle-ci. Cependant, la modification de l'article 42, alinéa 3 par la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 vient tempérer cette affirmation. Depuis lors, cet article permet aux associations dont l'objet social est la défense des téléspectateurs de saisir le CSA en cas de manquement des chaînes à leurs obligations. Toutefois, il ne s'agit là que d'une procédure d'alerte car le CSA n'a pas l'obligation de mettre en demeure les chaînes montrées du doigt. Cette prérogative avait déjà été ouverte aux associations familiales par la loi du 1<sup>er</sup> février 1994 mais, en matière de recevabilité à agir, le MTT, pourtant affilié à l'Union Nationale des Familles, ne pouvait pas la mettre en oeuvre en son nom. L'association

<sup>42</sup> CSA, 1<sup>er</sup> rapport d'activité, 1989, p. 351.

<sup>43</sup> ANTEA, La Télé est à nous, Les Pieds dans le PAF et MTT.

Les Pieds dans le PAF n'a saisi qu'une fois le CSA. Alertée par une association de défense de la langue bretonne de la suppression par France 3 Loire-Atlantique d'un programme diffusé en breton (mais sous-titré en français), l'antenne régionale la plus active de l'association a demandé au CSA de déclencher la procédure de mise en demeure à l'encontre de la chaîne. L'autorité de régulation a accueilli la demande et a effectivement mis en demeure la chaîne de reprogrammer l'émission. France 3 Loire-Atlantique ne s'est pas exécuté. Pour autant, le CSA n'a pris à ce jour aucune sanction. L'efficacité du dispositif est donc limitée. Par ailleurs, on peut aussi reprocher une certaine inertie aux Pieds dans le Paf qui n'ont saisi le CSA qu'une fois en cinq ans !

## **B. Les causes de ce manque d'influence**

### **1. L'absence d'obligation légale de coopérer avec les associations de téléspectateurs**

La loi n'exige aucune concertation avec les associations de téléspectateurs. La consultation des associations de téléspectateurs, avant de prendre une décision, ne dépend que du bon vouloir du CSA.

L'article 4 de la loi du 30 septembre 1986 définit le mode de désignation des conseillers du CSA. Ceux-ci sont nommés par décret par le Président de la République. Trois membres sont nommés par le chef de l'État, trois autres par le président du Sénat et les trois derniers par le président de l'Assemblée nationale. La loi n'impose donc pas de choisir un représentant des téléspectateurs, mais elle ne l'empêche pas non plus. Aussi, sans volonté politique, le téléspectateur moyen comme le représentant d'une association d'utilisateur de la télévision n'a aucune chance de faire un jour partie des neuf sages. En pratique, les conseillers sont le plus souvent choisis parmi les professionnels de la télévision et les journalistes.

### **2. Le manque de représentativité**

Là encore les associations de téléspectateurs se voient opposer l'argument de non représentativité. Le président du CSA, Dominique Baudis, a d'ailleurs clairement affirmé qu'il ne reconnaissait aucune légitimité particulière aux associations de téléspectateurs. Pour lui, les Pieds dans le Paf n'est qu'une association de téléspectateurs et non « l'association » des téléspectateurs. La réticence du CSA à l'égard de l'association s'explique aussi par le fait que celle-ci a été en veille pendant quelques années (de 1997 à 2001). Comme les dirigeants de chaînes, le CSA semble accorder plus d'importance aux remarques du téléspectateur individuel qu'à celles formulées par les associations de téléspectateurs. Dans ses rapports annuels, l'autorité de régulation propose une synthèse des doléances des téléspectateurs mais ne fait en aucun cas mention des associations de téléspectateurs. On peut se demander si la nomination au sein du collège d'un représentant des téléspectateurs sans aucune qualification juridique ou sans aucune connaissance du fonctionnement d'une entreprise audiovisuelle est vraiment souhaitable. Ne vaudrait-il pas mieux nommer des membres dotés d'une compétence particulière en matière audiovisuelle et instaurer un réel dialogue avec les associations ? En effet, si, pour certains observateurs, la représentativité des associations est discutable, elles ont le mérite de concentrer les avis.

## §2- Un soutien insuffisant de la part de la classe politique

### A. Le soutien sporadique de la classe politique

1. Les associations animées par des personnalités ou des organisations politiques ou syndicales

Certaines associations ont été animées dans le passé par des personnalités politiques ou par des partis. Créée en 1964, l'association « Télé liberté » a été fortement appuyée par la CGT et de nombreuses personnalités. Elle a ainsi bénéficié non seulement de l'important réseau du syndicat mais aussi des moyens du Parti communiste puisqu'à cette époque les relations étaient étroites entre celui-ci et la CGT. Forte de ces soutiens, l'association était alors l'une des plus combatives. Cependant, l'association, peu écoutée par le pouvoir en place, a fini par s'essouffler dans les années 1970 avant de disparaître en 1980.

Au moment de l'alternance politique de 1981, deux associations fondées par des hommes politiques de l'opposition ont vu le jour. Il s'agissait de Télé Vérité (créée par Gérard Longuet, député UDF) et de ATELE (Association pour une Télévision de Libre Expression fondée par l'élus RPR Jacques Baumel). Le but de ces mouvements était de rassembler le plus d'usagers possibles afin de se prévaloir d'une plus grande représentativité pour faire pression sur un Parlement en pleine discussion du projet de loi sur l'audiovisuel. Il convient de préciser qu'à cette période, où la droite était devenue minoritaire au Parlement, les associations de téléspectateurs avaient complètement disparu. La création de ces nouvelles associations paraît avoir été purement stratégique puisqu'elles ont cessé d'exister une fois la loi votée.

2. Le soutien ponctuel de certaines personnalités politiques

Si les associations de téléspectateurs sont rarement des émanations de partis politiques, elles peuvent recevoir ponctuellement le soutien de personnalités du monde politique. Ces dernières prennent moins la parole pour défendre l'existence et la légitimité des associations de téléspectateurs que pour soutenir certaines de leurs actions. Ce soutien se manifeste de différentes manières. Il peut prendre la forme, par exemple, d'une simple signature sur une pétition. Noël Mamère a signé la pétition « *contre le décalage horaire des émissions intéressantes à la télévision* » lancée en 1988 au moment de la création des Pieds dans le Paf. Plus récemment, Arnaud Montebourg a paraphé celle visant à appuyer la candidature au CSA du président de l'association. D'après l'association, cette candidature a reçu, en vain, le soutien d'autres députés de différents bords politiques. L'association a été citée dans quelques rapports officiels, notamment dans les rapports de Blandine Kriegel et de Catherine Clément ainsi que dans les rapports du budget de Patrice Martin-Lalande. La vice-présidente des Pieds dans la Paf déclare que rares sont les personnalités politiques qui consultent l'association spontanément, celle-ci est contrainte de les démarcher et de provoquer elle-même ses invitations. Pour illustrer son propos, la dirigeante prend l'exemple d'un colloque sur les médias organisé récemment par le Parti socialiste : « *Si ne nous étions pas manifestés, nous n'aurions pas été conviés* ». L'association a pris contact avec le groupe de réflexion sur la télévision qui s'est formé à l'Assemblée nationale. Elle espère collaborer activement au travail des députés. Certaines revendications ou préoccupations des associations de téléspectateurs trouvent cependant une écoute favorable chez certains politiques. La lutte contre la multiplication et la diffusion des programmes violents à la télévision a ainsi trouvé un écho à gauche comme à droite, principalement auprès des femmes.

À l'évidence, les soutiens directs sont rares car les dirigeants des associations citent toujours les mêmes exemples. Or ce n'est que lorsque les idées sont partagées et relayées par des personnages politiques qu'elles ont des chances d'aboutir.

## **B. Le soutien politique, clé de voûte du succès des associations ?**

### 1. Les associations tributaires du soutien politique

Un soutien massif et actif de la part de personnalités ou de groupements politiques modifierait considérablement la donne pour les associations. Tout d'abord, cela leur permettrait d'avoir une influence sur la loi et au-delà sur les choix de programmation.

Ensuite, la médiatisation de certains politiques rejaillirait forcément sur les associations de téléspectateurs et sur leurs combats. Cette médiatisation nourrirait en outre les rangs de leurs adhérents et augmenterait du même coup leur représentativité et leur légitimité. Le schéma paraît a priori pouvoir être considéré dans un sens inverse. Si les associations étaient médiatisées, elles draineraient plus de citoyens et s'attireraient le soutien des politiques. Mais le serpent se mord la queue car si les médias leurs prêtaient attention cette réflexion n'aurait pas lieu d'être. Par conséquent, le soutien politique semble être la clé de voûte du succès et de l'influence des associations de téléspectateurs. Mais ce soutien devrait être large et pluraliste car la mobilisation isolée d'un parti serait sans grande efficacité sur la loi et, in fine, sur les choix de programmation des chaînes. Elle risquerait même de diviser les téléspectateurs qui pourraient refuser d'adhérer à une association marquée politiquement et pourrait aussi dissuader d'autres acteurs politiques de se manifester. C'est d'ailleurs pour ne pas se fermer de portes que l'association Les Pieds dans le Paf, pourtant étiquetée à gauche, se déclare apolitique.

### 2. Les causes des réticences politiques

Le discours trop extrémiste de certaines associations comme, naguère, quelques associations émanant des milieux catholiques conservateurs ou, aujourd'hui, le Réseau pour l'abolition de la TV (RAT), peut largement expliquer les réticences des personnalités politiques à se ranger sous leur bannière ou même à les soutenir. De peur d'être entraînées ou récupérées. Le manque de représentativité des associations est également peu motivant pour des élus souvent soucieux d'éviter toute marginalisation.

La frilosité dont font généralement preuve les politiques lorsqu'il s'agit de dénoncer les excès et les dérives du petit écran ou, tout simplement, de proposer des solutions en vue d'améliorer la qualité des programmes peut encore s'expliquer par leur crainte de prendre à rebrousse-poil et de froisser une partie de leur électorat. Ne craignent-ils pas aussi, en se montrant trop critiques voire virulents à l'encontre de telle chaîne ou de tel animateur emblématique, de se voir ensuite exclus des plateaux télévisés ? La question vaut d'être posée lorsque l'on sait qu'un passage dans une émission grand public- comme, par exemple, « Vivement dimanche » sur France 2- vaut souvent pour l'invité, en terme d'efficacité, autant que cent bains de foule. Quoi qu'il en soit, la trop grande réserve ou le désintérêt des hommes politiques à l'égard de la chose télévisuelle est fort regrettable d'un point de vue démocratique et sociologique. Car, au bout du compte, la télévision modèle, d'une façon ou d'une autre, la population à son image.