



Temps de parole et élection présidentielle : les médiateurs montent au créneau

Le 6 février 2012, dans une lettre adressée au Conseil constitutionnel, neuf dirigeants de médias audiovisuels (RTL, France Inter, France Bleu, France Info, France Culture, Europe 1, RMC, BFM Business et BFM TV) faisaient part de « leurs plus vives préoccupations s'agissant des règles applicables en matière de temps de parole des candidats à l'élection présidentielle », c'est-à-dire de la règle d'égalité des temps de parole pendant la campagne officielle. Un mois plus tard, ils ont reçu un réconfortant renfort...

« Les règles du CSA sont inapplicables ! » : tel est le titre, vibrant d'indignation, d'une vigoureuse tribune parue dans *Le Monde* daté du 14 mars 2012, signée des « médiateurs de presse » de *La Dépêche du Midi*, Radio France, RFI, *Le Monde*, France Télévision, *Sud Ouest*, TF1, *La Nouvelle République du Centre-Ouest*. Son contenu : une attaque frontale contre les « règles d'égalité » telles qu'elles doivent s'appliquer pendant les cinq dernières semaines de la campagne, après les dépôts des candidatures et leur validation par le Conseil constitutionnel [1].

Une cible, une argumentation, et des signataires qui méritent qu'on s'y attarde quelque peu.

Après Jean-Michel Apathie qui [avait appelé ses confrères à manifester](#) pour faire tomber la bastille du CSA où croupit la liberté des journalistes, enchaînée par des règles dont la « bêtise » n'a pas d'équivalent ; après Patrick Cohen se demandant, sur l'antenne de France Inter, ce qu'il allait bien pouvoir poser comme question aux pathétiques candidats qu'il s'angoissait déjà de devoir inviter, par la faute du CSA [2] ; après tant de sorties de médiocrates contre la dictature du CSA par temps de campagne présidentielle, il ne manquait plus que l'intervention solennelle du Club des médiateurs : ces journalistes, payés par leur média pour désamorcer, le plus souvent, les critiques du travail de ses journalistes, sont en effet les mieux placés pour expliquer au CSA pourquoi ce dernier a tort de vouloir « réguler ».

L'introduction n'est pas le passage le moins savoureux de cette leçon de démocratie pour apprenti-médiocrate :

Nos publics nous demandent de traiter de la même manière les propositions ou les programmes des candidats à l'élection présidentielle. Ils nous réclament moins de petites phrases et plus de débats de fond. Ils ne veulent pas qu'une forme d'addiction aux sondages nous transforme en simples commentateurs de courses de chevaux. Ils n'aiment pas qu'au nom de la bipolarisation constatée par ces enquêtes d'opinion nous traitions la campagne du premier tour comme si nous étions déjà au second...

Bref, nos publics attendent de nous une information honnête et de qualité, mais aucun

ne nous réclame de peser au trébuchet le nombre de mots, de sons ou de vidéos que nous consacrons à chacun de ces candidats. Ils ne nous demandent pas une quelconque égalité comptable, mais une véritable équité dans notre traitement éditorial. Ce souci d'équité peut-il être garanti par de strictes règles d'égalité ? Nous ne le pensons pas !

Apprécions la pertinence des « attentes » attribuées à « nos publics » : c'est précisément ce genre de « demandes » qu'une chronique de médiateur a habituellement pour vocation de balayer d'un revers de main, quand elles prennent la forme de critiques ; ce qui ne manque pas d'arriver, car « ce que nos publics demandent » – relisez la liste – c'est très exactement ce que la plupart des médias ne font pas !

Mais l'union fait la force, et en l'occurrence la subtilité : plutôt que de répondre à ces critiques, la troupe des médiateurs indignés les ignorent, mais tout en feignant d'y trouver une raison de dénoncer les règles du CSA ! Puisque le public ne nous demande pas d'appliquer ces règles, c'est qu'elles sont sans intérêt... On le voit, être médiateur réclame une certaine expertise dans le maniement de la grosse ficelle rhétorique. Celle-ci ressuscitera peut-être un jour, en sens inverse, dans une future tribune intitulée « Les demandes de nos publics sont inapplicables ! », et qui louerait la sagesse et la pondération d'un CSA qui, lui, se garde d'exiger « plus de débats de fond et moins de petites phrases »...

Après s'être appuyé sur le public – qui ne demandait rien, ou demandait tout autre chose –, les médiateurs en viennent à l'argumentation. C'est court. La thèse est la suivante : « Les règles d'égalité [...] sont inapplicables dans la forme et discutables sur le fond. »

Première affirmation, donc : ces règles seraient formellement « inapplicables », car elles conduisent « soit à "exploser" les formats de journaux existants au-delà de toute logique éditoriale ; soit, comme en 2007, à supprimer les émissions politiques hebdomadaires de référence par impossibilité de pouvoir recevoir tous les candidats du premier tour. » Ce premier argument devrait suffire à clore la discussion – mais il est malheureusement battu en brèche par... le [rapport du CSA](#) sur la précédente campagne, qui se félicitait globalement du respect de ces règles, en constatant par exemple, à propos de la campagne officielle (où les règles sont a priori les plus contraignantes), « que le principe d'égalité applicable aux temps de parole et d'antenne avait été respecté sur l'ensemble de la période et que les chaînes s'étaient attachées à offrir aux candidats des conditions de programmation comparables, se conformant ainsi complètement à sa recommandation. »

Ces règles sont donc applicables – à condition de faire l'effort de s'y conformer. Elles sont, plus vraisemblablement, inadmissibles : que l'on puisse imposer des règles à des médias, par nature dévoués à l'épanouissement quotidien de la démocratie et du pluralisme, est, semble-t-il, le premier pas vers le Goulag.

Deuxième affirmation : ces règles sont discutables. Et pour les discuter, nos chers médiateurs ressortent le public du placard : « Discutables, car comment justifier devant le public citoyen que l'on consacre autant d'attention à ceux qui peuvent prétendre diriger notre pays pendant cinq ans et à ceux qui n'y songent même pas ? Il y a pour cela la campagne officielle. Ce n'est pas le rôle des journalistes de la dupliquer ! » Abandonnons donc à la campagne officielle « ceux qui ne songent même pas diriger le pays ». Mais la question des médiateurs en appelle une autre qu'ils se gardent de poser : est-ce « le rôle des journalistes » de distinguer prétendants dirigeants et prétendus plaisantins ? Question que serait en droit de poser le « public citoyen », dont il faut espérer qu'il a la mémoire moins courte que celle de nos valeureux médiocrates, qui écrivaient donc quelques lignes plus haut : « nos publics [...] n'aiment pas [que] nous traitions la

campagne du premier tour comme si nous étions déjà au second ». Pourtant, ceux qui n'aiment pas ce mauvais traitement ont quelques raisons de constater qu'il est indiscutablement administré depuis plusieurs mois (comme ce fut déjà le cas lors de la précédente, et à chaque élection présidentielle).

L'argument suivant prêterait à sourire si l'absence de réglementation était un gage de pluralisme : « *Discutables aussi, parce que cette réglementation est en soi une négation de la responsabilité individuelle et collective des journalistes et des directeurs de publication. Elle conduit même à une déresponsabilisation des rédactions sur ces questions. Pourquoi nous référer à la déontologie de nos métiers puisque l'instance de régulation ne retient d'elle que son bilan chiffré ?* » Au secours, on nous déresponsabilise ! Qu'on se le dise : les responsables ne sont pas irresponsables, puisque ce sont leurs médiateurs qui l'affirment. Ils ont la déontologie chevillée au corps, et s'ils en appellent à un bilan qualitatif, les médiateurs sont prêts à le livrer au public sur l'heure. Et même, sans doute, à le commenter.

Mais que viennent faire dans cette galère les médiateurs de la presse écrite puisque les règles du CSA ne s'appliquent qu'à l'audiovisuel ? Quel est le motif de ce bel élan de solidarité ? « Et nous ? », protestent-ils, puisque « *ce dispositif ne s'applique qu'à quelques-uns* » : « *Que vaut une règle si elle n'est pas compréhensible et applicable par tous ?* » Bonne question mais qui restera cette année sans réponse. Même si les médiateurs en appellent à « *un vaste débat avec tous les acteurs concernés pour définir ensemble les bonnes pratiques qui n'opposent plus qualité éditoriale et qualité démocratique.* » À quelques semaines de l'élection ? Avec quels acteurs concernés ? L'ensemble de la tribune augure mal d'un tel débat s'il est laissé aux seules mains des « acteurs » du spectacle médiatique comme il va : journalistes, médiateurs et... membres du CSA nommés par « *ceux qui peuvent prétendre diriger notre pays* » ou, plus exactement, par ceux qui le dirigent déjà.

Les médiateurs ont pris le temps de la réflexion. Alors que les règles de distribution du temps de parole, en et hors campagne électorale, existent depuis longtemps ; alors que, hors campagne électorale, elles marginalisent complètement les minorités ; alors que pour les campagnes électorales, elles n'ont pas changé depuis cinq ans, les médiateurs s'avisent soudain qu'elles sont discutables ! Les médiateurs en appellent au CSA pour que celui-ci renonce à son rôle, mais sans aller jusqu'à se demander si ce n'est pas avec cet organisme qu'il faut en finir, remplacé par un Conseil plus vaste et plus démocratique [3]. Tant d'audace au dernier moment mérite d'être salué...

Est-ce vraiment la défense du pluralisme et les attentes du « public citoyen » que vise cette tribune ? Ne porte-elle pas, sous forme d'amicale pression et de démocratie prise à partie, d'autres revendications ? Celles, au hasard, des journalistes, du moins ceux qu'on entend braire contre des règles « absurdes » parce que contraires à leur pratique coutumière, des chefferies éditoriales et de ces « *directeurs de publication* » dont on piétine la responsabilité ? Que réclament-ils ? La liberté, sans doute, et, on le devine, ce serait pour eux un moindre mal que de prolonger la période d'équité, réservant la période d'égalité pour la campagne officielle, ou même, pourquoi pas, pour le seul second tour. Car l'équité, moins objectivement mesurable, leur laisse les mains plus libres. Et que font-ils avec leurs mains libres ? Ils laissent parler leur sens des responsabilités.

Pour mémoire, en 2007, le CSA avait ainsi été conduit à « *auditionner* » les responsables de LCI, BFM TV, Europe 1, RTL, Radio Classique et BFM. Puis à « *mettre en garde* » TV5, EuroNews, France 24, Europe 1, RTL, Radio Classique et BFM. Pour cette année, on pourra consulter [les édifiants chiffres intermédiaires du CSA](#).

Et alors ? C'est l'un des petits oublis de la tribune de nos chers médiateurs : comme ces grands journalistes en révolte contre la dictature du CSA, ils font mine de trembler devant le bâton de Guignol, en sachant pertinemment qu'il n'en fera jamais vraiment usage. Difficile de résister à la figure du résistant, martyrisé par des règles qu'on dénonce comme un lit de Procuste, tout en s'asseyant dessus confortablement. Pour mémoire toujours, en 2007 : « *S'agissant de BFM, Europe 1, RTL et Radio Classique, qui ont été auditionnées le 13 mars 2007, à la suite de manquements au principe d'équité, le Conseil relève que ses interventions ont été en partie suivies d'effet. Les mesures correctives mises en œuvre ont cependant été trop tardives pour remédier à la bipolarisation excessive, qui est restée marquée à l'issue de la période, particulièrement sur Europe 1.* »

Europe 1 a eu le plus grand mal à se remettre de cette redoutable admonestation.

Olivier Poche (avec Henri Maler), le 20 mars 2012

[1] Comme le précise en note les auteurs de la tribune : « *Selon la recommandation du CSA du 30 novembre 2011, les candidats à la présidentielle bénéficient d'un temps de parole égal et d'un temps d'antenne équitable du 20 mars au 9 avril, puis d'un temps de parole et d'un temps d'antenne égaux du 9 avril au 6 mai.* »

[2] Responsable selon lui, lors de l'élection présidentielle précédente, de « *cinq longues semaines de non-campagne avec des heures de Gérard Schivardi, de Frédéric Nihous, vous savez, Chasse, Pêche, Nature et jambon de pays, il est toujours là, qu'est-ce qu'on va lui demander ce coup-ci ?... Bref un interminable brouhaha démocratique.* » (France Inter, 3 janvier 2012).

[3] Voir sur notre site : « *En finir avec le CSA ! Pour un Conseil national des médias... de tous les médias* » (<http://www.acrimed.org/article2335.html>)

ACRIMED : LA CRITIQUE DES MEDIAS... EN ACTES !

Née du mouvement social de novembre-décembre 1995, Acrimed (Action-Critique-Médias) est une association qui réunit chercheurs et universitaires, journalistes et salariés des médias, acteurs et militants du mouvement social. Elle porte une critique des médias indépendante, rigoureuse et sans complaisance, prenant le mal à la racine : une critique radicale.

Pourquoi une association ? Pour mener collectivement les indispensables combats pour transformer l'ordre médiatique existant.

Pour y participer, nous soutenir, nous lire, nous contacter, vous informer sur les activités de l'association, rendez-vous sur le site :

www.acrimed.org

SI UN AUTRE MONDE EST POSSIBLE, D'AUTRES MÉDIAS LE SONT AUSSI. MAIS POUR QU'UN AUTRE MONDE SOIT POSSIBLE, D'AUTRES MÉDIAS SONT NÉCESSAIRES.