



AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-theses-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>

UNIVERSITE DE METZ

École doctorale

“Perspectives interculturelles : écrits, médias, espaces et sociétés”

Centre de Recherche sur les Médias

BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE METZ	
N° inv.	2003 015L
Cote	L/MZ 03/04
Las	

**APPROCHE COMPARATIVE DE LA FONCTION DE
MEDIATEUR DE PRESSE DANS LES QUOTIDIENS BRESILIEN
FOLHA DE SAO PAULO E FRANCAIS *LE MONDE***

Thèse pour le doctorat

en Sciences de l'Information et de la Communication

présentée et soutenue publiquement le 10 janvier 2003

par

Kenia Beatriz FERREIRA MAIA

Directeur de thèse : M. Jacques WALTER

Professeur à l'Université de Metz

BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE DE METZ



031 465957 0

UNIVERSITE DE METZ

École doctorale

“Perspectives interculturelles : écrits, médias, espaces et sociétés”

Centre de Recherche sur les Médias

**APPROCHE COMPARATIVE DE LA FONCTION DE
MEDIATEUR DE PRESSE DANS LES QUOTIDIENS BRESILIEN
FOLHA DE SAO PAULO E FRANCAIS *LE MONDE***

Thèse pour le doctorat

en Sciences de l'Information et de la Communication

présentée et soutenue publiquement le 10 janvier 2003

par

Kenia Beatriz FERREIRA MAIA

Devant le Jury composé de :

Monsieur Benoît GREVISSE, professeur à l'université de Louvain-la-Neuve (Belgique)

Madame Béatrice FLEURY-VILATTE, professeur à l'université Nancy 2

Monsieur Pascal LARDELLIER, professeur à l'université de Bourgogne, rapporteur

Monsieur Geraldo NUNES, professeur à l'université de Rio Janeiro (Brésil), rapporteur

Monsieur Jacques WALTER, professeur à l'université de Metz, directeur de thèse

Remerciements

Vient le moment de témoigner ma reconnaissance à ceux et à celles qui ont contribué à ce travail.

Je tiens à remercier

Jacques Walter, qui m'a mise sur la bonne voie et a su me stimuler à mener à bien mes projets de recherche ;

Pierre Mœglin et Elisabeth Cazenave, avec qui j'ai commencé cette longue route ;

Les chercheurs du Centre de Recherche sur les Médias qui ont mis leur expérience à l'analyse de cette recherche ;

Les nouveaux chercheurs du CRIC – Club de Recherche en Information et Communication – dont les échanges, à plusieurs étapes du travail, ont favorisé l'avancement de nos recherches réciproques ;

Ceux et celles avec qui j'ai parcouru les couloirs des bibliothèques Sainte Geneviève, de la Maison Internationale, Nationale et de l'Université de Metz ;

Les ombudsmans de *Folha de S. Paulo* et les médiateurs du *Monde*, particulièrement à Mario Vitor Santos, Renata Lo Prete et Robert Solé, qui m'ont fournis le matériau de cette recherche ;

La Capes, organe du Ministère de l'Education du Brésil, dont le programme de bourse a financé ce travail ;

Mes proches, qui m'ont encouragée à poursuivre malgré la distance.

Sommaire

INTRODUCTION	11
LA DEFINITION ET LA JUSTIFICATION DE LA MEDIATION DE PRESSE	13
UN REGARD COMPARATISTE	16
LA MOBILISATION DES ARGUMENTS DU MODELE PROFESSIONNEL	18
LES CONCEPTS D'ETHIQUE ET DE DEONTOLOGIE	19
LA DEONTOLOGIE EN TANT QUE CRITERE DE SELECTION	22
LA DEONTOLOGIE EN TANT QU'EXIGENCE	28
L'IDEAL TYPE DE PROFESSION	30
LES SEGMENTS PROFESSIONNELS	34
LE MEDIATEUR EN TANT QUE SEGMENT PROFESSIONNEL	35
UN REPERTOIRE MOBILISABLE	37
L'ARGUMENTATION PROFESSIONNELLE	38
LES PRINCIPES DE JUSTIFICATION	39
LA CONSTRUCTION ET LA MANIFESTATION DE LA COMPETENCE	40
LE MODELE PROFESSIONNEL	41
ETAT DES LIEUX : LES RECHERCHES SUR LE MEDIATEUR	42
ASSEMBLER D'APPROCHES	48
PREMIERE PARTIE	
LA GENESE ET LA MODELISATION DE LA MEDIATION DE PRESSE :	50
LA CONFIGURATION DE LA FONCTION AUX ETATS-UNIS	
1. CONCEPTS ET CONCEPTUALISATIONS DE LA MEDIATION	57
1.1. Les termes dans les dictionnaires	58
1.1.1 <i>La médiation dans les dictionnaires</i>	59
1.2. L' <i>ombudsman</i>	60
1.3. La médiation : résoudre des conflits ou nouer des liens	62
1.3.1. <i>Manière de qualifier et de disqualifier</i>	64
1.4. Règlement de conflits	66
1.5. Création ou amélioration des liens relationnels	66
1.6. « La » médiation, « des » médiations : rétrécir ou élargir	68

2. MISE EN RECIT ET 'MODELES DE MEDIATEUR DE PRESSE	70
2.1. Une histoire en chantier	73
2.1.1. Les textes fondateurs de la médiation de presse	74
2.1.1.1. Les instigateurs et les pionniers de la médiation de presse	75
2.1.1.2. La simplification du récit	78
2.1.1.3. Les pionniers	79
2.1.1.4. Le déplacement vers la presse quotidienne nationale	82
2.2. La révision de l'histoire	83
2.2.1. La nouvelle version de la brochure de l'ONO	84
2.2.1.2. L'échange de correspondance	87
2.2.1.2. La persistance des origines étasuniennes	88
2.2.1.3. La connaissance de la médiation japonaise	90
2.3. Les ancêtres de la médiation	91
2.4. Narrowing ou expansion	94
3. LA MODELISATION PAR LES ETUDES ET PAR L'ONO	99
3.1. Décrire et délimiter	100
3.1.1. <i>Donner à voir une réalité statistique</i>	104
3.1.2. <i>Définir, délimiter et décrire</i>	107
3.1.2.1. <i>La relation avec les lecteurs : faire de relations publiques ?</i>	110
3.1.2.2. <i>La régulation professionnelle : la responsabilisation</i>	111
3.2. Les dispositifs de la caractérisation	112
3.2.1. <i>La liste des attributions</i>	113
3.2.2. <i>La mise en place d'un concept</i>	116
3.2.3. <i>Le flou du groupe professionnel</i>	118
3.2.3.1. La variété de titres et d'appellations	118
3.2.3.2. <i>L'extension des activités professionnelles</i>	120
3.2.3.3. <i>Le flou de la définition</i>	122
3.2.4. La médiation de presse selon les enquêtes de l'ONO	124
3.2.5. Favoriser l'accès du public	126
3.2.6. La mise en avant de la critique des médias	128

4. DISPOSITIFS DE L'AUTONOMIE DU MEDIATEUR DE PRESSE	130
4.1. Outsider ou insider	132
4.1.1. <i>Le choix de quelques quotidiens</i>	134
4.2. Le profil et le parcours professionnel	137
4.3. Les attributions et les activités du médiateur	142
4.3.1. <i>Chroniques sans contrainte</i>	144
4.3.2. <i>Dispositions servant à contraindre la chronique</i>	145
4.3.3. <i>Dispositifs statutaires</i>	146
4.3.3.1. <i>Contrat de travail</i>	146
4.3.3.2. <i>Le 'mandat'</i>	147
4.3.3.3. <i>La durée du 'mandat'</i>	148
4.3.4. <i>La procédure de l'enquête</i>	150
4.3.4.1. <i>L'enquête autonome</i>	151
4.4. L'emplacement des bureaux	153
5. L'ARGUMENTATION DE LA MEDIATION DE PRESSE	155
5.1. La dimension civique	160
5.1.1. <i>La transparence du contre-pouvoir</i>	163
5.1.2. <i>L'exigence de transparence et la fin de l'arrogance</i>	164
5.2. Les atouts symboliques	166
5.3. Les gains économiques	169
5.3.1. <i>L'opposition aux justifications</i>	172
5.3.2. <i>Les coûts matériels</i>	174
5.4. La division du travail au sein de la rédaction	177
5.4.1. <i>Les arguments</i>	179
5.5. Les frais symboliques	180
5.5.1. <i>Les frais pour l'entreprise</i>	181
5.5.2. <i>Les frais personnels</i>	182
5.5.3. <i>Les figures mythologiques</i>	183
DEUXIEME PARTIE	
LA MEDIATION DE PRESSE AU FOLHA DE S. PAULO ET AU MONDE	189
6. L'OMBUDSMAN DU FOLHA DE S. PAULO : LA CRITIQUE DES MEDIAS	194
ET LES RECLAMATIONS DES LECTEURS	

6.1. Les 'innovations' du <i>Folha de S. Paulo</i>	195
6.2. L'histoire du <i>Folha</i> : faire peau neuve	197
6.3. Le récit des changements	199
6.3.1. Le traitement technique des informations	200
6.3.2. Le 'Projeto Folha' et ses journalistes	201
6.4. L'historique de l'ombudsmanato' au <i>Folha</i>	205
6.5. La légitimation par la critique des médias	207
6.6. D'effets pratiques et de résultats discernables	213
6.6.1. La différenciation de la concurrence	215
6.6.2. Donner à voir l'autonomie	216
6.6.3. Les activités professionnelles de l'ombudsman	217
7. LE MEDIATEUR DE PRESSE AU <i>MONDE</i> : LA RELATION ENTRE LES LECTEURS ET LA REDACTION	219
7.1. La relation avec les lecteurs	223
7.1.1. Un cran de déontologie	228
7.1.2. Pédagogue et avocat	231
7.2. L'absence de statut	232
7.3. La délimitation du champ d'action	235
8. LES ACTIVITES PROFESSIONNELLES ET LES PROPRIETES DE LA CHRONIQUE DE L' <i>OMBUDSMAN</i>	237
8.1. Donner à voir l'autonomie	237
8.1.1. Les attributions professionnelles de l'ombudsman	239
8.2. Maquettes et entours de la chronique de l' <i>ombudsman</i>	240
8.2.1. La mise en page au <i>Folha</i>	242
8.2.2. L'emplacement et entours	243
9. LES ACTIVITES PROFESSIONNELLES ET LES PROPRIETES DE LA CHRONIQUE DU MEDIATEUR	250
9.1.1. L'ancienne formule : « naturellement » entre les lettres	250
9.1.2. Nouvelle formule : la chronique parmi les éditoriaux	253
10. LA MODELISATION DES CHRONIQUES DE L' <i>OMBUDSMAN</i> DU <i>FOLHA DE S. PAULO</i>	258

10.1. La présence des communications de lecteurs	258
10.1.1. L'absence du lecteur	263
10.1.2. Les situations de l'absence du lecteur	265
10.2. La mise en scène de la communication du lecteur	265
10.2.1. De la singularité du contenu	266
10.2.2. Demande de participation du lecteur	267
10.2.2.1. Les participations thématiques	268
10.2.2.2. Les opinions sur les positions éditoriales	269
10.3. L'appréciation du traitement de l'information	270
10.3.1. La qualification de la concurrence	271
10.3.2. L'appréciation des résultats	275
10.3.2.1. Le rendement temporel : l'exclusivité et la rapidité	276
10.3.2.2. Le rendement qualitatif et quantitatif : l'exhaustivité	278
10.3.2.3. L'appréciation analytique : l'interprétation des faits	279
10.3.3. L'appréciation de la lisibilité	281
11. LA MODELISATION DES CHRONIQUES DU MEDIATEUR DU <i>MONDE</i>	285
11.1. L'insertion du lecteur chez le médiateur du <i>Monde</i>	287
11.1.1. L'absence du lecteur	290
11.1.2. Les situations de l'absence du lecteur	291
11.2. Manières d'apprécier : de la dé-singularisation et de la singularisation	293
11.2.1. La dé-singularisation par de classes d'événements	298
11.2.2. La singularisation	302
11.2.3. L'unitaire et le collectif	304
11.3. Typologie des pratiques professionnelles à apprécier	305
11.3.1. La hiérarchie de l'information	306
11.3.2. Rassemblement thématique diachronique	308
11.4. La sélection de lettres : critère de justification de la médiation	310
11.4.1. La représentativité civique	313
11.4.2. De la négativité	314
11.4.3. L'équilibre de positionnement des lecteurs	315
11.5. Les évolutions de la chronique du médiateur	316

12. ANALYSE COMPARATIVE DE LA MODELISATION DE LA FONCTION D'OMBUDSMAN ET DE MEDIATEUR DE PRESSE	319
12.1. Comparaison de l'appréciation de deux événements	320
12.1.1. La tragédie d'une princesse : suspicion jetée sur la profession journalistique	321
12.1.1.1. <i>L'accident vu du Brésil : l'ombudsman et l'évaluation de la culpabilité</i>	322
12.1.1.2. <i>L'accident vu de France : le médiateur et l'importance de l'événement</i>	327
12.1.2. La Coupe du Monde de Football	330
12.1.2.1. <i>Le football au pays du football</i>	330
12.2.2. La valeur de l'événement	341
12.2.3. Répondre aux lecteurs	345
 CONCLUSION	 356
 BIBLIOGRAPHIE	 372
 ANNEXES	

Introduction

A la fin des années 1980 et au début des années 1990, la médiation de presse, à travers des fonctions intitulées *ombudsman* et médiateur, fait successivement son introduction dans la presse brésilienne et française. En septembre 1989, C. T. Costa, ancien secrétaire de rédaction et correspondant en France du quotidien brésilien *Folha de S. Paulo*, devient le premier *ombudsman* de ce journal, « une fonction qui marche bien dans d'autres pays¹ », selon l'appréciation de ce journaliste. En avril 1994, le quotidien français *Le Monde* devance l'ensemble de la presse française et « innove avec l'installation d'un poste de médiateur² ». Vétéran de la rédaction et ancien directeur de la publication, A. Laurens assume la charge nouvellement créée. Au Brésil, C. T. Costa définit son nouveau poste comme celui de « quelqu'un [qui] est payé pour défendre le lecteur³ », tandis qu'en France, A. Laurens se présente comme « l'interlocuteur privilégié des lecteurs⁴ ». Pourtant, ces deux fonctions ont des racines communes.

En tant que titulaires des fonctions d'*ombudsman* et de médiateur, ces deux journalistes sont chargés de recevoir et de s'occuper des réclamations des lecteurs concernant le traitement de l'information dans le *Folha de S. Paulo* et *Le Monde* et se mettent à signer une chronique hebdomadaire dans leurs quotidiens. En cela, ils se conforment à des postes qui existaient avant eux dans d'autres pays comme celui d'*ombudsman*, au *Washington Post*, aux Etats-Unis, et de *defensor del lector*, à l'*El Pais*, en Espagne ; deux postes qui sont cités, dans les articles de présentation de la fonction et/ou dans les premières chroniques de ces médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde*, comme étant ceux qui ont servi de modèle⁵ à la création de la médiation de presse.

¹ « Uma função que tem dado certo em outros países ». In : C. T. Costa, « Quando alguém é pago para defender o leitor » (« Quand quelqu'un est payé pour défendre le lecteur »), *Folha de S. Paulo*, 24/09/1989. Sauf indication contraire, c'est nous qui faisons les traductions anglais-français et portugais-français.

² In : « Au 'Monde' Jean-Marie Colombani nomme l'équipe de direction de la rédaction », *Le Monde*, 23/03/1994.

³ In : C. T. Costa, « Quando alguém é pago para defender o leitor », *Folha de S. Paulo*, 24/09/1989.

⁴ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

⁵ Quelques précisions sur la terminologie : nous allons employer le terme « médiateur de presse », alors que nous aurions pu adopter celui de « médiateur de la presse » ou « médiateur dans la presse » (Mesquita, 1998). Ces deux dernières terminologies sont appropriées pour se référer à une fonction s'occupant de tous les organes de presse, de la même façon que l'on désigne « médiateur du cinéma » celui qui est chargé de produire des accords de litiges concernant la « diffusion en salle des œuvres cinématographiques et dus aux monopoles de faits, aux positions dominantes » et le « médiateur du livre » qui opère à de conciliations entre les professionnels du livre et qui a été institué en 1990, à la demande du ministre de la Culture (Guillaume-Hofnung, 1995, pp. 32-33). Le terme « médiateur de presse » concerne la fonction de médiateur dont se dote un organe de presse spécifique.

Ces quatre postes de médiateurs de presse ont d'autres similitudes et quelques points de convergence. Il se peut que leurs titulaires se rencontrent à la conférence annuelle de l'ONO – *Organization of News Ombudsmen* (Organisation des médiateurs de presse) –, association professionnaliste qui, au delà des médiateurs de presse, rassemble des personnes occupant de fonctions 'analogues'. Durant ce rassemblement⁶, ils seront entourés d'autres médiateurs de presse dont le profil est majoritairement celui de journalistes d'origine nord-américaine travaillant pour des quotidiens régionaux, tandis que d'autres participants à conférence viennent d'Europe, d'Amérique Latine, d'Asie, du Moyen Orient et d'Afrique et que certains exercent ces fonctions dans la presse nationale ou dans les médias audiovisuels⁷. L'auditoire de la conférence peut encore être composé d'universitaires, d'enseignants de journalisme et de membres de centres d'études sur les médias et/ou sur le journalisme, qui, sans être des médiateurs de presse en activité, peuvent être membres associés et honoraires de l'ONO. Invités par un adhérent de l'association, les participants à conférence font des travaux pratiques, procèdent à des échanges d'expériences sur leurs activités professionnelles, discutent le traitement journalistique de certains événements et examinent des thèmes déontologiques relatifs à la profession journalistique⁸. Certains d'entre eux y vont depuis une quinzaine d'années, tandis que d'autres les rejoignent pour la première fois.

Ainsi, dans ce travail, nous emploierons « médiation de presse » comme intitulé générique de la fonction. Du reste, pour désigner la fonction existante dans un média précis, nous utiliserons l'appellation retenue. En l'occurrence, nous utiliserons l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* et du *Washington Post*, le médiateur du *Monde*, le *defensor del lector* de l'*El Pais*, etc. Les appellations étrangères seront mises en italique, même si elles sont utilisées en français, comme c'est le cas d'*ombudsman*. Pour ce qui est du pluriel d'*ombudsman*, alors que le dictionnaire *Petit Robert* (1996) recommande aussi bien *ombudsmans* qu'*ombudsmen*, nous avons préféré le terme *ombudsmans*.

⁶ La conférence annuelle des médiateurs a généralement lieu en avril ou en mai. En 1999, la conférence s'est tenue, de 9 à 12 mai, à Chicago. La réunion de l'année 2000 s'est produite à Montréal, de 21 à 24 mai. En 2001, les médiateurs de presse se sont rassemblés du 22 au 25 avril, à Paris. La conférence de 2002 a eu lieu du 28 avril au 1^{er} mai, à Salt Lake City.

⁷ En janvier 2000, l'ONO en répertoriait soixante-quatre dispersés dans le monde : quarante-deux en Amérique du Nord – trente-neuf aux Etats-Unis et trois au Canada – quatre en Amérique du Sud – deux au Brésil, un au Venezuela et un en Colombie – seize en Europe – cinq en France, quatre en Espagne, deux en Grande Bretagne, aux Pays-Bas et au Portugal. En Turquie, en Israël et au Japon, l'ONO dispose d'un membre. En juin 2000, les chiffres ont quelque peu évolué et l'ONO rassemble soixante-neuf médiateurs de presse, répandus dans treize pays. A cette époque, la plupart des médiateurs affiliés à l'ONO se trouvaient circonscrits aux Etats-Unis, où le médiateur de presse est intégré dans une quarantaine de médias d'information, notamment des quotidiens régionaux, mais aussi dans la presse quotidienne nationale, dans une station de radio et deux chaînes de télévision. En 2002, les adhérents de l'ONO s'élevaient à soixante-dix médiateurs de presse. Ils étaient quarante-deux aux Etats-Unis, répandus dans vingt-sept états : cinq au Canada ; quatre en France et en Espagne ; trois en Grande Bretagne, aux Pays-Bas et au Portugal ; deux au Brésil ; et un en Belgique, en Colombie, en Irlande, en Israël, au Japon, en Turquie et au Venezuela.

⁸ A titre d'illustration, en 1998, les médiateurs de presse ont travaillé sur l'affaire Monica Lewinsky. En 1999, ils ont analysé les résultats de l'enquête de crédibilité des médias commandée par l'ASNE – Association étasunienne des rédacteurs en chef de quotidien –, tandis qu'en 2000, ont été présentées les mesures prises, à la suite de cette enquête, par quelques journaux pour contrecarrer la chute de la crédibilité. En 2001, les médiateurs de presse ont pu discuter sur la publication de la photographie de l'enfant palestinien tué dans les bras de son père à Gaza.

Le nom donné à la fonction est choisi par l'entreprise de presse qui instaure le poste. Ainsi, ils portent le titre d'*ombudsman* au *Folha de S. Paulo* et au *Washington Post*, de médiateur au *Monde*, mais ils peuvent diversement porter d'autres appellations. Aux Etats-Unis, ils sont aussi appelés *public editor*, *readers' representative*⁹, *reader advocate*, *listening post editor*, *readers editor*, *senior editor for readership*. Ailleurs qu'aux Etats-Unis, la nomenclature des postes de médiation de presse instaurés est, à l'intérieur d'un pays, davantage homogène. A l'instar du Brésil, au Canada et aux Pays-Bas, l'appellation étasunienne a été reproduite, tandis qu'ils sont désignées *defensor del lector* ou *defensor del espectador*, en Espagne, en Colombie et au Venezuela, et *provedor dos leitores*, au Portugal¹⁰. La variété de l'appellation du médiateur de presse s'accompagne d'une fluidité de tâches exécutées par chaque titulaire, laquelle est ouvertement entretenue par les agents professionnels, de sorte que la brochure de l'ONO rapporte que « deux médiateurs ne travaillent pas exactement de la même manière¹¹ ».

La définition et la justification de la médiation de presse

En l'espèce, la définition formulée par l'ONO est assez large pour recouvrir plusieurs postes existant dans plusieurs médias d'information, qu'on les désigne par le terme de médiateur de presse ou non. Dans la brochure de cette association, le médiateur de presse est celui qui

« Reçoit et enquête sur les plaintes de lecteurs de journal, d'auditeurs de stations de radio ou de téléspectateurs de chaînes de télévision, à propos de la précision, de l'impartialité, de l'équilibre et du bon goût dans la couverture de l'information. Il ou elle recommande des mesures ou la mise en place de réponses adéquates à la correction ou à l'éclaircissement des reportages¹² ».

La médiation de presse est ainsi définie à partir de certaines tâches accomplies par la personne occupant la fonction, notamment la réception et l'enquête sur les réclamations du public et la suggestion de rectificatifs ou de compléments d'informations à être publiés. On

⁹ Et les variations *reader representative* et *reader's representative* et *deputy readers' representative*.

¹⁰ Les listes des membres et de la direction de l'ONO de 2000, 2001 et 2002 se trouvent en annexe.

¹¹ « No two ombudsmen work exactly alike » (ONO, 1999).

¹² « Receives and investigates complaints from newspaper readers, or listeners or viewers of radio and television stations, about accuracy, fairness, balance and good taste in news coverage. He or she recommends appropriate remedies or responses to correct or clarify news reports » (ONO, 1999).

remarque que la publication d'une chronique régulière, qui est une activité professionnelle des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde*, n'est pas comprise dans la définition de l'ONO. En ce qui concerne les activités réalisées par les titulaires de la fonction, plusieurs agencements sont possibles : ils peuvent suivre la préparation de rectificatifs, sélectionner les lettres qui sortent dans la rubrique du courrier des lecteurs, rédiger des mémos sur les opinions et sur les plaintes des lecteurs ou sur leurs propres appréciations, organiser des visites à la rédaction, animer ou participer à des forums et des colloques, expédier des questionnaires d'exactitude et d'équité aux personnes citées par les journalistes, etc. En l'espèce, la publication de chroniques est une tâche accomplie par la majorité des médiateurs, mais ce n'est pas un impératif.

A la définition de médiateur de presse, l'ONO fait correspondre des justifications de la présence de ce poste dans un média d'information. L'exécution de ces tâches devrait entraîner les effets détaillés, de telle manière que dans sa brochure, l'association énumère des conséquences, supposées ou effectives, de l'introduction de la fonction dans les rédactions et les place sous la rubrique « Pourquoi un journal ou un média audiovisuel devraient-ils avoir un médiateur ?¹³ ». Ainsi, la médiation de presse devrait être implantée par un média d'information :

« Pour améliorer la qualité du traitement de l'information en veillant à son impartialité, à son exactitude et à son équilibre ;

Pour aider son fournisseur de nouvelles à devenir plus accessible et plus responsable face aux lecteurs ou aux auditeurs et aux téléspectateurs et, donc, à devenir plus crédible ;

Pour approfondir la conscience de ses professionnels de l'information à l'égard des intérêts du public.

Pour économiser le temps des directeurs de la publication, des rédacteurs en chef, des directeurs de rédaction et des directeurs de l'information d'une station d'audiovisuel, en canalisant les plaintes et les autres enquêtes sur un seul responsable.

Pour répondre à certaines plaintes qui pourraient autrement être portées en justice et pourraient se transformer en de procès coûteux¹⁴ ».

Dans l'argumentation de l'ONO, les tâches accomplies par les personnes occupant les fonctions dont les appellations sont médiateur et celles analogues se ramifient vers d'autres

¹³ « Why should a newspaper or broadcaster have an ombudsman? » (ONO, 1999).

¹⁴ « To improve the quality of news reporting by monitoring accuracy, fairness and balance. To help his or her news provider to become more accessible and accountable to readers or audience members and, thus, to become more credible. To increase the awareness of its news professionals about the public's concerns. To save time for publishers and senior editors, or broadcasters and news directors, by channeling complaints and other inquiries to one responsible individual. To resolve some complaints that might otherwise be sent to attorneys and become costly lawsuits » (ONO, 1999).

caractérisations de la fonction, qui en sont autant de principes de justification. La médiation de presse se distingue en tant que mécanisme d'autorégulation du groupe professionnel journalistique, outil de rapprochement des journalistes et des lecteurs, instance de responsabilisation des journalistes et des médias d'information, rationalisation de la division du travail dans la rédaction, barrière contre les pertes financières. Ainsi, le discours de légitimation et de justification de la médiation de presse diffusée par certains agents établit une corrélation entre la réception des réclamations du lecteur et la prise en considération du lecteur, entre la préoccupation d'améliorer les pratiques professionnelles des journalistes et la régulation déontologique du média. Le médiateur de presse peut alors être considéré comme une voie vers la responsabilisation des médias, vers l'accroissement de la citoyenneté, vers la prise en compte des besoins, des désirs et des exigences des lecteurs.

Toutefois, poussés à bout, ces principes de justification peuvent se révéler contradictoires et donner lieu à des dénonciations de la fonction et à de fortes oppositions. En ce qui concerne la régulation professionnelle des journalistes et l'attitude du médiateur de presse à l'égard de l'entreprise de presse qui l'engage, la fonction est continuellement soupçonnée, par des observateurs et par des lecteurs, de n'être qu'une imposture et d'être subordonnée à la direction du média. Aussi bien aux Etats-Unis, au Brésil qu'en France, la médiation de presse est accusée d'être une « fonction [qui] consiste avant tout à défendre les choix de la direction et [dont les] avis ressemblent le plus souvent à des plaidoyers *pro domo*¹⁵ » et les titulaires de la fonction sont taxés d'être inopérants puisque leurs critiques sur le traitement de l'information « semblent être solennellement ignorées¹⁶ » par la rédaction.

Au moment où les entreprises de presse *Folha de S. Paulo* et *Le Monde* implantaient la fonction de médiateur de presse, derrière eux il y avait tout un travail de construction et de manifestation de la compétence professionnelle du groupe mis en place par des agents collectifs – dans lequel sont dépeintes sa définition, ses caractérisations et son argumentation – et de postes de médiateurs de presse – comme ceux du *Washington Post* et de l'*El País*, qui ressortaient en tant que modèles paradigmatiques de la fonction. En dépit de ses racines communes, la médiation de presse n'a pas reçu la même configuration au *Folha de S. Paulo* et au *Monde*. Les différences se localisent aux niveaux macro-social et micro-social, puisqu'ils se fondent sur des caractéristiques sociétales du Brésil et de la France et sur les

¹⁵ Propos de lecteurs rapporté par le médiateur du *Monde*. In : T. Ferenczi, « Entre indépendance et solidarité », *Le Monde*, 10/03/1997.

¹⁶ « Parecem ser solenemente ignoradas ». Propos de lecteurs rapporté par l'ombudsman du *Folha de S. Paulo*. In : M. Leite, « A revolução de 1997 », *Folha de S. Paulo*, 29/12/1996.

caractéristiques de chaque entreprise qui a recours au médiateur et sur la personnalité et le parcours socioprofessionnel des personnes occupant la fonction.

Dans ce travail, notre attention sera prêtée au déplacement de la fonction de médiateur de presse, dont les bases, selon ces agents eux-mêmes, ont été construites aux Etats-Unis, vers les quotidiens *Folha de S. Paulo*, au Brésil, et *Le Monde*, en France. Pour examiner en détail ces deux postes, nous proposons d'analyser, dans un premier temps, certains dispositifs qui participent de la modélisation de la médiation de presse, comme le récit de l'histoire, l'argumentaire, les mesures d'autonomie du groupe et l'agencement de la représentation paradigmatique du médiateur. Dans un deuxième temps, nous allons mettre en regard deux postes de médiateurs de presse, l'un installé au quotidien national brésilien *Folha de S. Paulo* et l'autre au quotidien national français *Le Monde*. Nous allons procéder à une mise en parallèle du discours de justification et de légitimation de la fonction, de la construction de la fonction et la modélisation de la fonction. L'originalité de ce présent travail est de mettre en perspective deux expériences à la fois similaires et disparates, dans l'ambition de déceler les éléments qui participent à la construction et à la légitimation de deux postes distincts de médiateur de presse.

Un regard comparatiste

La justification première de l'approche comparative dérive d'un positionnement épistémologique : un modèle ne prend de signification que par rapport à d'autres. D'ailleurs, on peut ajouter que la comparaison permet de prendre du recul et qu'elle retire le caractère 'naturel' et 'évident' de certaines pratiques. La comparaison donne l'occasion d'observer les possibles d'une pratique professionnelle, au moyen de « son pouvoir d'exotiser des pratiques qui semblent évidentes parce qu'elles sont celles de notre culture » (Neveu, 2001, p. 6). Néanmoins, il y a ceux pour lesquels la mise en parallèle n'est valable que si l'on examine des semblables. En fait, certaines études comparatives de l'identité professionnelle des journalistes restreignent les analyses à des groupes proches géographiquement et/ou historiquement, à l'instar de A. A. Mcmane (1992), qui compare le profil du journaliste des « démocraties industrielles occidentales », c'est-à-dire celui du français, de l'anglais, de l'allemand et de l'étasunien, et de I. Garcin-Marrou (1995) qui examine le rôle des médias de deux démocraties libérales européennes – la France et la Grande-Bretagne – dans les moments

de tensions politiques, comme les attentats terroristes. Ainsi, le chercheur peut se limiter à mettre en regard les journalistes européens, le traitement de l'information dans les pays industrialisés, occidentaux et démocratiques, le champ journalistique dans les pays latino-américains, etc.

Toutefois, notre choix s'est fixé sur deux sociétés et deux médias d'information fort différents. Nos contradicteurs pourraient opposer les dissemblances historiques, politiques, économiques, sociétales et culturelles entre la France et le Brésil, entre le journalisme brésilien et le journalisme français, entre le *Folha de S. Paulo* et *Le Monde*. Ces dissemblances pourraient alors invalider tout projet de comparaison. Pour nous défendre, nous pourrions détailler nombre de similitudes entre les champs journalistiques brésilien et français, s'agissant au niveau de la contextualisation de l'introduction de la fonction de médiateur dans le *Folha de S. Paulo* et *Le Monde*. Nous pourrions mettre en avant que ces deux quotidiens sont les initiateurs respectivement au Brésil et en France d'une fonction inspirée du même modèle et que dans la presse quotidienne nationale, les deux journaux restent les seuls à disposer d'une telle fonction¹⁷. Nous pourrions aussi contrebalancer des arguments de l'internationalisation des groupes de presse et de la mondialisation de l'information qui ont brouillé les frontières et ont ébranlé les clivages nord-sud. Nous pourrions encore détacher des éléments d'uniformité entre l'espace journalistique français et le brésilien. Pourtant, au lieu d'essayer d'épuiser un répertoire de similitudes, nous préférons entreprendre une démarche distincte, en nous appuyant sur le plaidoyer pour *Comparer l'incomparable*, de l'historien M. Detienne (2000).

Cet auteur soutient que la constitution de catégories de comparables ne se fait que par un jugement de valeur tacite qui d'entrée de jeu semble « écarter la possibilité de construire ce qui peut être 'comparable' » (Detienne, 2000, p. 9). Il s'agit d'une contrainte qui ne se pose pas dans certaines disciplines ; un savant qui fait de l'anatomie comparée, un linguiste et un anthropologue ne s'inquiètent de ne mettre en regard que des 'comparables'. Néanmoins, dans d'autres disciplines, certaines comparaisons sont interdites. Les historiens, exemplifie M. Detienne, érigent ce qui en arrive à être « incommensurable », « incomparable » : « la Nation, la leur », comme la Grèce, par exemple, dans un souci de ne pas corrompre leur héritage. La liste des comparables constitue davantage une configuration de représentations culturelles, qui ne consentent qu'à des comparaisons entre « sociétés voisines, limitrophes et qui ont

¹⁷ Rappelons qu'au Brésil, le médiateur de presse a été implanté dans quelques quotidiens régionaux et stations de radio, quoique certains aient été interrompus, et qu'en France, les chaînes publiques de télévision possèdent un médiateur.

progressé dans la même direction, ou bien entre des groupes humains ayant atteint le même niveau de civilisation et offrant au premier coup d'œil suffisamment d'homologies pour naviguer en toute sécurité » (Detienne, 2000, p. 42). A l'opposé, M. Detienne invite à « construire des comparables qui ne sont jamais immédiatement donnés » (Detienne, 2000, p. 11) en soutenant que le comparable est une construction. En somme, la construction de comparables s'appuie sur le postulat qu'un objet aurait pu être construit différemment et que ses configurations ne sont qu'un « choix parmi des possibles » (Detienne, 2000, p. 52).

La mobilisation des arguments du modèle professionnel

Notre regard a trait au transport de la représentation paradigmatique, à la construction de la compétence et au modèle adopté par un groupement professionnel en formation, les médiateurs de presse, dans deux quotidiens – le *Folha de S. Paulo*, au Brésil, et *Le Monde*, en France. Nos interrogations et nos réflexions ne peuvent pourtant pas isoler les médiateurs de presse et la profession journalistique. Se tourner vers la sociologie des professions et la sociologie du journalisme pour cadrer les angles de la médiation de presse constitue alors une possibilité. Dans sa rhétorique de légitimation, la médiation de presse s'est volontiers posée comme une instance disposant à l'intérieur de l'entreprise de presse d'une large autonomie pour pouvoir conduire des enquêtes sur les réclamations des lecteurs et, le cas échéant, pour transmettre (à partir de là) des appréciations défavorables à la rédaction et/ou à la direction. Néanmoins, en comparaison à d'autres dispositifs de régulation déontologique de l'espace journalistique, avec d'autres « instances d'objectivation éthiques » (Champagne, 2000), c'est son statut d'« employé » (Bertrand, 1997), de « rattaché à une entreprise médiatique particulière » (Cornu, 1997) qui caractérise le médiateur de presse. La médiation de presse peut être classée comme un « mouvement d'autorégulation [...] en train de s'affirmer dans le cadre des entreprises » (Charon, 2000), c'est-à-dire comme une autorégulation par l'entreprise de presse et non pas par les organisations professionnelles des journalistes. De fait, la création, la consolidation et la pérennité de ce « mouvement d'autorégulation » sont fortement rattachées aux choix de la direction des médias d'information qui, en dernière instance, a la faculté de remplacer et/ou de rompre la continuité des postes de médiateurs de presse. Les relations de subordination reliant le médiateur de presse aux cadres de la direction et de la rédaction d'un média d'information, ne serait-ce que contractuel, ne laissent pas de doute que

cette fonction est une activité laborieuse, englobée dans le groupe professionnel plus large, qui est celui des journalistes.

A l'actuel stade de cette fonction, la médiation de presse commence à solidifier des pratiques professionnelles et à se démarquer d'autres métiers du journalisme. Fonction établie dans un nombre réduit de rédactions, le médiateur de presse reflète en quelque sorte la représentation professionnelle des journalistes, groupe auquel appartiennent la majorité des personnes occupant la fonction. Et pourtant, les groupes professionnels n'ont pas d'identités, de valeurs, d'activités professionnelles ni de statuts monolithiques. Derrière l'« identité professionnelle » d'un groupe, s'alignent une profusion d'autres identités professionnelles, et, comme dans tout groupe professionnel, la rhétorique des journalistes trouve ses fondements dans un certain modelage des groupes professionnels. En effet, dans son deuxième ouvrage sur le processus de professionnalisation des journalistes français, D. Ruellan (1997, p. 137) pose que « quand il se pense et surtout se représente 'professionnel', le 'groupe' des journalistes se réfère effectivement à une représentation bien particulière, héritée des premiers courants de recherche sur l'état de profession », à savoir : provenant de l'approche fonctionnaliste de la sociologie des professions. De même que les journalistes, les groupes professionnels s'inspirent des schémas de professionnalisation mis en place par les fonctionnalistes pour s'organiser, se donner une image et une réalité. Cela étant, il convient de prendre en compte la déontologie professionnelle des journalistes et l'étude des groupes professionnels.

Les concepts d'éthique et de déontologie

Lorsque l'on essaie de rapprocher les recherches sur le processus de sélection de l'information et les textes d'essayistes et d'analystes de la déontologie des médias et/ou de l'éthique des journalistes, on a l'impression qu'il ne s'agit pas du même ordre d'idée. Leur confrontation amène à une perte d'intelligibilité ; il se peut que pour certains observateurs la déontologie n'était recommandable aux pratiques professionnelles des journalistes que pour les condamner ou pour les décrire de façon partielle et probablement idéalisée, alors que plusieurs l'incluent parmi les critères de sélection de l'information. Les ouvrages sur la déontologie professionnelle du journaliste commencent normalement par l'établissement de la distinction entre les concepts d'éthique, de morale et de déontologie. En fait, l'éthique et la

morale s'avèrent être de termes à la fois interchangeables, complémentaires et concurrents. Interchangeables dans l'étymologie et dans l'usage courant : la différenciation entre l'« éthique » et la « morale » ne se manifeste pas à travers l'origine et la filiation de ces deux mots, puisque rien dans leur formation étymologique ne laisse transparaître de dissemblance : le premier trouve son origine dans le mot *ethos* grec, qui signifie 'mœurs' ; le second vient du latin *moralis, mores*, et reçoit également la traduction 'mœurs'. Les deux termes sont aussi complémentaires dans l'usage : par souci de style, en vue de l'enrichissement du vocabulaire du texte, plusieurs auteurs les utilisent comme synonymes¹⁸. Ils sont pourtant concurrents dans certaines définitions qui opèrent une scission entre les deux concepts.

Ainsi que le philosophe J.-J. Wunenburger (1993), auteur d'un manuel sur les *Questions d'éthique*, certains auteurs font la distinction entre deux traditions de définitions de l'éthique et de la morale. Une distinction reprise par D. Cornu (1997) dans son ouvrage sur *l'Éthique de l'information*. Pour la première tradition, l'éthique signifie la science qui étudie les préceptes guidant les choix pratiques ou les jugements d'appréciation du bien et du mal, et la morale acquiert un caractère d'ensemble de normes acceptées par des agents individuels ou collectifs. Dans cette tradition, on discerne les concepts établis par A. Lalande (1988, pp. 305–306), dans le *Vocabulaire technique et critique de la Philosophie*, qui désigne la morale comme « l'ensemble des prescriptions admises à une époque et dans une société déterminées, l'effort pour se conformer à ces prescriptions, [et] l'exhortation à les suivre », et l'éthique comme « la science qui prend pour objet immédiat les *jugements* d'appréciation sur les actes qualifiés bons ou mauvais », et par J. Russ (1995, p. 5) qui attribue à l'éthique une dimension plus théorique et plus réflexive que celle de la morale considérée comme l'« ensemble des règles propres à une culture », tandis que l'éthique dépasse la morale et les jugements de valeurs, fondés sur le clivage entre le bien et le mal pour se tourner vers une « métamorale », une « doctrine se situant au-delà de la morale, une théorie raisonnée sur le bien et le mal, les valeurs et les jugements moraux ».

Dans la seconde tradition, l'éthique devient la visée subjective d'un ensemble de valeurs et de principes auxquels on a recours pour parvenir à une fin considérée bonne, alors que la morale est désignée comme l'ensemble de préceptes, objectifs et quelque fois universaux, qui régissent l'action humaine. Le philosophe P. Ricœur adopte cette acception et dans ses écrits,

¹⁸ Un exemple de leur complémentarité l'alternance de l'usage des concepts de *morale* et d'*éthique* dans l'ouvrage *Le savant et le politique*, du sociologue allemand M. Weber (1959). L'auteur pose la distinction entre « l'éthique de la responsabilité » et « l'éthique de la conviction ». Dans l'introduction de cet ouvrage, le philosophe R. Aron explique pourtant les concepts weberniens de « morale de la responsabilité » et de « morale de la conviction ».

l'éthique est « la visée d'une vie accomplie sous le signe des actions estimées bonnes », et la morale apparaît comme « le côté obligatoire, marqué par des normes, des obligations, des interdictions à la fois par une exigence d'universalité et par un effet de contrainte » (Ricœur, 1991, p. 256). Dans cette optique, l'éthique désigne une visée téléologique, une « fin », et la morale représente une perspective déontologique, dans le sens de « devoir ». Même si la norme semble apparemment avoir une préséance sur la visée de la vie bonne, P. Ricœur suggère la primauté de l'éthique sur la morale à condition que la « visée éthique [...] [passe] par le crible de la norme » et à condition de « la légitimité d'un recours de la norme à la visée, lorsque la norme conduit à des conflits ». D'autres variations conceptuelles peuvent encore être identifiées. Divers auteurs considèrent comme le sous-ensemble de la morale et la déontologie comme le sous-ensemble de l'éthique et conçoivent un lien de subordination entre la morale et l'éthique. En effet, D. Huisman (1994, p. 12-13) délimite l'éthique en tant que « sous-ensembles qui régissent ou prétendent réguler les divers domaines de l'activité humaine », par exemple la bioéthique, l'éthique de l'entreprise, l'éthique du sport.

Le concept de déontologie donne lieu à moins de polémiques. Dérivant des mots grecs *deon* et *deontos*, la déontologie signifie « ce qui convient » et désigne la « théorie des devoirs ». La signification du vocable 'déontologie', selon B. Libois (1994, p. 5) implique une opposition au droit. Elle apparaît comme l'ensemble des valeurs, des principes fixés intérieurement par une activité professionnelle, tandis que le droit renvoie à l'idée de règles et de lois adoptées de manière extérieure à un groupe professionnel, sans que celui-ci les ait forcément discutées et qu'il soit d'accord avec elles. La déontologie est le devoir, les règles et les principes internes d'un groupe professionnel. Certains auteurs, comme H. Pigeat (1997, p. 78), font pourtant une imbrication entre le droit et la déontologie, en rappelant que la déontologie doit respecter la législation qui délimite ses limites d'action. La déontologie accompagne le droit, mais elle peut aussi le précéder et le compléter. Dans l'impossibilité de fixer des lois concernant la totalité des cas de figure du comportement professionnel, notamment ceux ayant rapport aux nouvelles technologies, il arrive qu'un groupe professionnel discute et adopte des normes déontologiques avant le législateur.

Outre les règles et les normes de comportement, la déontologie incorpore aussi les principes et la mission d'un groupe professionnel. Les trois séries d'obligations des professionnels de la presse sont, selon H. Pigeat (1997, pp. 87-88) la morale, la qualité de l'information et la technique. Dans le journalisme, être honnête, loyal, juste et impartial, être au service de la liberté, la vérité et la justice font partie des normes morales. Former le public et contribuer au débat public et à l'intérêt du public font partie des exigences de la mission

professionnelle et de la recherche de qualité. Les pratiques professionnelles, comme les conditions de production, de vérification et de diffusion des informations, correspondent au niveau d'intervention des techniques. Néanmoins, plusieurs auteurs signalent que l'obéissance aux règles déontologiques, au devoir, liée aux méthodes de travail professionnel, comme le recoupement des sources, l'obligation de dire vrai, la transmission fidèle (ou honnête) de la réalité, se révèle insuffisante pour remplir les obligations déontologiques.

La déontologie en tant que critère de sélection

En France, dans un ouvrage consacré au professionnalisme des journalistes français, D. Ruellan (1993) soutient la thèse que le journalisme est un groupe professionnel aux limites floues dont les frontières sont toujours ouvertes. La détention de la carte de presse n'arrive pas à fixer les limites de la catégorie. Touchant aux frontières de multiples domaines interdépendants, le journaliste, écrit D. Ruellan (1993, p. 94) reste « un groupe social insaisissable, hétérogène dans ses compositions [...] et plus complexe à contrôler de l'extérieur qu'il n'y paraît » tandis que les méthodes et les techniques du journalisme demeurent non-codifiables. M. Palmer (1994) montre la confusion dans l'imaginaire social entre les mauvaises nouvelles et celui qui les porte, de sorte que le journaliste serait mauvais puisqu'il diffuse de mauvaises nouvelles. C'est notamment parce que le journaliste, selon une certaine conception du groupe professionnel, est censé être porteur d'un certain type de nouvelles et non pas d'autres que la régulation des pratiques professionnelles des journalistes est depuis quelques temps l'enjeu de plusieurs débats et de formulations théoriques.

En France, dès la fin des années 1980, le journalisme, les journalistes, l'éthique de l'information, la déontologie des professionnels de presse ont motivé nombre d'ouvrages et d'articles universitaires, de reportages et de dossiers dans les médias. Pendant cette période fertile, divers observateurs du champ journalistique ont rapporté des observations personnelles, ont proposé des mécanismes d'observation et de contrôle des pratiques professionnelles, ont envisagé des réponses au malaise et à la crise de confiance qui affectaient les médias, et/ou se sont consacrés à l'analyse et à l'explication de ces phénomènes et de la structure du champ journalistique. Dans ces travaux, les angles d'approche majeurs de la déontologie professionnelle sont l'identification et la classification des pratiques

professionnelles déviantes¹⁹ et les interrogations sur le renforcement de la régulation du champ journalistique, soit par des dispositifs internes, individuels ou collectifs²⁰, soit par des dispositifs externes, légaux, réglementaires ou juridictionnels²¹, de sorte que certains travaux adjoignent ces deux angles²². Quelques publications dépassent la simple description des dérapages déontologiques, des manquements individuels et de l'explication des fautes professionnelles pour aborder autrement le malaise des médias. L'analyse du bouleversement du paysage médiatique, de la montée en puissance de la communication aux dépens de l'information, des conditions de légitimation de la profession journalistique, des contraintes et des pratiques professionnelles du journalisme comme sources de malaises sont les principaux apports de certains de ces travaux.

A cette époque, de revues spécialisées dans les médias ou à vocation généraliste ont produit de dossiers sur le journalisme. En 1989, *Médiaspouvoirs* consacre un numéro au dossier sur l'« Ethique du journalisme », dont la majorité des articles restent sur un registre pragmatique, dont on peut retirer un éventail de pratiques professionnelles considérées contradictoires avec les « ambitions éthiques » de la profession, dans une vision moralisante et idéaliste du champ journalistique. Le premier article est le compte rendu du sondage sur « les Français et leurs médias » qui, par la suite, sera prolongé par des parutions annuelles. A l'exception du sociologue D. Wolton, qui, à la lumière des évolutions du champ journalistique, dresse un tableau des problèmes structurels et des enjeux du journalisme, les auteurs des articles sont des journalistes ou des communicateurs. Tandis que des journalistes réfléchissent à la vénalité de la presse (P. Thureau-Dangin), aux pièges du journalisme (E. Rohde), aux publireportages (E. Leroy et A. de Chambord), un communicateur (P. D'Humières) examine le rapport entre les attachés de presse et les journalistes. Dans une seconde partie du dossier, la revue dépasse les frontières françaises, en publiant un article sur les journalistes en Europe. C. Torracinta, de la Télévision Suisse Romande, établit un panorama du « malaise des journalistes » dans son pays et E. Comarin spéculé sur la formation d'un espace journalistique européen, tandis que R. Köcher communique les

¹⁹ A l'instar du recensement « Quelques affaires où il fut question de déontologie », dans le dossier « Où va le journalisme ? », de la revue *Esprit* (1990/167).

²⁰ Par exemple, l'ouvrage *La déontologie des médias*, de C.-J. Bertrand (1997), s'oriente vers l'identification de moyens non-étatiques qui conduisent les journalistes à « se bien comporter » (Bertrand, 1997, p. 83).

²¹ Par exemple, B. Libois (1994) et le dossier « Quels contre-pouvoirs au quatrième pouvoir ? », de la revue *Le débat* (1990/60).

²² Voir T. Watine (1998) qui, dans un article sur l'éthique des journalistes belges, se dispose à répondre aux interrogations : « Quelles fautes ont été commises ? Pourquoi y a-t-il eu autant de dérapages ? Comment apporter des correctifs au travail quotidien des journalistes ? Est-ce davantage une question de repères individuels ou de morale collective ? Quels mécanismes peut-on mettre en place au sein même des rédactions pour éviter les errements et les déviances ? » (Watine, 1998, p. 80).

résultats d'une étude empirique comparative des journalistes britanniques et allemands. Par son caractère comparatiste entre le groupe professionnel des journalistes de deux pays, nous examinons en détail cette étude.

A partir de l'analyse des conditions sociales, historiques, notamment concernant le contexte juridique, qui pèsent sur la structuration du champ journalistique, l'auteur procède au dépouillement de questionnaires appliqués à des journalistes des deux pays. En ce qui concerne les pratiques professionnelles, les questions mettent en correspondance des choix déontologiques en matière de journalisme d'investigation et l'identité professionnelle des journalistes : la plus large acceptation des méthodes controversées dans la récolte d'informations fait des journalistes allemands des « missionnaires », alors que les britanniques se forment une identité professionnelle de « détectives – des chasseurs d'information ». De fait, dans cet article, le traitement statistique des données ne procède pas à la fragmentation des groupes professionnels par rapport aux réponses. Tout au plus, cette étude différencie les réponses des journalistes selon leur âge.

La méthodologie de R. Köcher, qui applique en Allemagne et en Grande-Bretagne le questionnaire de l'enquête de D. H. Weaver et G. C. Wilhoit (1986), consiste à tracer le profil des journalistes à partir du degré d'acceptation des méthodes controversées de récolte d'informations, notamment celles qui ne sont pas volontairement fournies par les acteurs sociaux. Ainsi, ces études empiriques conçoivent le journalisme essentiellement comme une activité d'investigation et de contre-pouvoir. On discerne en filigrane que l'identité professionnelle serait forgée par la réponse des journalistes à l'égard d'un certain nombre de choix professionnels, comme approuver ou refuser de dérober une information cachée et, de dévoiler des injustices, des crimes, des détournements d'argent public, et cela indépendamment des objets et des personnes en question. Cette autre approche consiste à tisser une corrélation entre la déontologie des journalistes et la vertu individuelle des journalistes, entre la vérité et l'honnêteté, entre la conscience individuelle et les devoirs professionnels dressés sur les chartes professionnelles et les codes de déontologie²³.

Quelques mois après cette livraison de la revue *Médiaspouvoirs*, en 1990, dans le numéro commémoratif de ses dix ans, la revue *Le Débat*, dirigée par l'historien P. Nora, dédie deux dossiers aux médias. La même problématique traverse les dossiers – le malaise des médias, sous l'effet de dérives et de manquements. Dans le premier dossier, la revue invite un essayiste – L. Cohen-Tanugi –, un journaliste – A. Fontaine, directeur du *Monde* –, un juriste

²³ Une version de ce questionnaire a été aussi appliquée par A. A. Mcmanis (1992), et par A. M. Cardoso (1994) qui trace le profil des journalistes brésiliens.

– G. Kiejman –, un patron de presse – J.-L. Servan-Schreiber, p.-d.-g. du groupe *Expansion* – et un chercheur en communication – D. Wolton – à réfléchir et à se prononcer sur « Quels contre-pouvoirs au quatrième pouvoir ? ». Il y est question de discuter et/ou de proposer des freins aux pouvoirs exorbitants de la presse. Ils pourraient être juridictionnels – la préférence de l'introduction du dossier – et d'autorégulation – le choix préférentiel des acteurs de l'espace journalistique. Les questions posées érigent le journalisme en tant que pouvoir sur lequel, au contraire des autres pouvoirs institutionnels, ne s'exerce aucun contrôle. La présentation du dossier, non signée, fait état sur les préoccupations de la revue : « Peut-on ne compter que sur lui, ou sur le marché, pour s'autoréguler ? [...] Par quelles formes et quelles procédures peuvent passer le contrôle et l'appel dans ce domaine ? Si l'exercice de la médecine ne se conçoit plus aujourd'hui sans recours à une référence éthique, l'heure n'est-elle pas venue de la mise en place d'une éthique de l'information ? » (*Le Débat*, 1990/60, p. 126). Dans l'autre partie du dossier, trois journalistes renommés – J. Daniel, J.-C. Guillebaud et P. Meyer – placent des articles sur le « Malaise dans les media ». En septembre 1991, *Le Débat* consacre un autre dossier aux médias : « La politique, l'opinion et les médias », où cinq articles discutent le rôle des médias dans la construction et la fragmentation de l'espace public. De fait, les auteurs se consacrent à la détérioration de l'espace public par l'action des médias, qui seraient de plus en plus prégnants.

Toujours en 1990, la revue *Esprit* accueille dans ses pages le dossier « Où va le journalisme ? ». E. Conan ouvre le dossier, avec l'article « Où va le journalisme ? », dans lequel il désapprouve les récentes mutations de l'espace journalistique. Il s'attaque sévèrement au « journalisme de communication [qui], lui, glisse sur cette surface, enchaînant informations, s'intéressant plus à leur couleur qu'à leur poids », c'est-à-dire qui montre en excès des témoignages et se désintéresse des interrogations « sur la relativité et sur la signification des faits » et qui préfère la rapidité au nom de la contrainte économique de la concurrence. Dans les pages suivantes, J.-L. Péninou (1990, pp. 79–81), directeur du *Libération*, plaide pour l'introduction des *ombudsmans* dans les journaux. *L'ombudsman*, dont le rôle serait de « se saisir des remontrances et plaintes des lecteurs qui estiment qu'un sujet a été injustement ou fausement traité par un article », garantirait les intentions d'améliorer la qualité de l'information. J.-L. Péninou soutient que le contrôle de la morale professionnelle n'appartiendrait qu'aux entreprises de presse. Sous le titre « Quelques affaires

où il fut question de déontologie», l'article, non signé, fait un bilan des dérives déontologiques survenues entre avril 1982 et novembre 1990²⁴.

En 1992, J. Roman, rédacteur en chef de la revue *Esprit*, énumère les mécanismes de contrôle déontologique des journalistes (Roman, 1992). À côté des chartes et du droit, le médiateur de presse était présenté comme l'un des remèdes au déficit de crédibilité signalé par les sondages d'opinion et aux désaveux des milieux intellectuel et politique vis-à-vis des méthodes de travail et des choix professionnels des journalistes, notamment la spectacularisation de l'information et le non-respect du secret d'instruction. En somme, les pratiques journalistiques sont entrées dans le débat public, et plusieurs agents demandaient l'instauration de mesures et de mécanismes pour combattre les errements et les déviances.

L'examen des pratiques professionnelles des journalistes comme réponse à une exigence démocratique est aussi par trop marqué dans d'autres travaux. Dans un ouvrage sur *L'Éthique de l'information. Essai sur la déontologie journalistique*, le belge B. Libois (1994) va mettre le contenu des médias en regard avec l'appui de la démocratie. Par une approche 'communautarienne', cet auteur estime que la liberté d'entreprise n'assure plus les conditions nécessaires au contrôle du pouvoir et de l'arbitraire ni n'est garant d'une pluralité des idées et des opinions nécessaires au débat public, qui permettrait la « situation de parole idéale » et fait de la sphère politique un authentique « espace public délibératif » et le « lieu de l'autonomie collective de la société ». La concentration horizontale – entreprises multimédias – et la concentration verticale – entreprises d'autres secteurs de l'économie devenant des actionnaires d'entreprise de presse – ont suscité la défaite des idéaux de la presse en tant que contrôle du pouvoir. L'exigence d'un renforcement de la régulation du champ journalistique devrait alors s'appuyer sur une conception du journalisme en tant qu'« exercice d'une fonction publique », où la presse est l'un des « attributs essentiels à la reconnaissance et au fonctionnement d'un 'espace public médiatisé'²⁵ » (Libois, 1995, p. 48). Mise en rapport avec les critères de sélection et le traitement de l'information, la déontologie professionnelle des journalistes peut alors équivaloir, dans ces approches, à une exigence de contenu propice au débat public.

²⁴ Il s'agit d'un bilan des dérives déontologiques qui vont du manque de recoupement des sources jusqu'à la non-assistance à personne en danger, en passant par la divulgation d'information d'intérêt national ou de pièces judiciaires. Sont énumérés aussi des cas de mélange de la réalité et de la fiction, de publication de clichés photographiques volés à la police, de reprise de rumeurs, de fabrication de toutes pièces de scènes pour illustrer un reportage et de la diffusion en direct de la mort d'un enfant. Et encore la mise en question de la diffusion de propos de ravisseurs et de prisonniers de guerre. La plupart des items de ce répertoire sont souvent mentionnés par d'autres observateurs du champ journalistique, comme M. Mathien (1992, p. 290), J.-M. Charon (1993, pp. 280 et sq.).

²⁵ B. Libois se fonde sur le concept d'« espace public » de J. Habermas.

D'autres observateurs envisagent les dérives non pas en tant que manquements moraux, mais comme manque de compétence à définir l'information et à discerner la bonne et la mauvaise information. Par une approche structuro-fonctionnaliste, D. Marchetti et P. Champagne (1994) mettent en évidence les « dysfonctionnements » du champ journalistique. Selon ces sociologues, les débats déontologiques sur la correction dans la transmission de l'information éclipsent une discussion plus importante. A travers l'examen de la couverture de l'affaire du sang contaminé, les chercheurs ont essayé de déceler si les journalistes ont des compétences – scientifiques – pour sélectionner ce qui devrait être publicisé, ce qui entrera dans le débat public : « Il est en fait plus intéressant de se demander si, sur des affaires aussi complexes que celle du sida ou du sang contaminé, toutes les opinions se valent et peuvent être jetées pêle-mêle dans le débat public ou bien si certaines personnes seulement, par compétence propre, ont davantage qualité ou autorité pour s'exprimer publiquement » (Marchetti et Champagne, 1994, p. 58–59).

Ce passage dans les publications sur les pratiques professionnelles des journalistes laisse la sensation d'une grande fragmentation thématique et méthodologique. Les uns traitent la déontologie journalistique comme une exigence de vertu. Les autres formulent des recommandations de comportements déontologiques fondés sur un rapprochement de la démocratie et de l'information « complète et objective » (Balle, 1987, p. 26) où « les médias demeurent les rouages essentiels de l'action politique » (Bougnoux, 1995, p. 83). Au demeurant, on retrouve une certaine conception du journalisme comme « lieux d'exercice privilégiés [de la vertu civile] parce qu'il [...] est un service public » (Bourdieu, 1996b, p. 12). Cela revient à attribuer à la presse un rôle social de participer « à la construction des discours sociaux nécessaires au fonctionnement social, [et de] rendre, ainsi, visible et lisible, l'espace public » (Delforce, 1996, 27). Ainsi, dès la fin des années 1980, la publicisation de plusieurs dérives déontologiques se fait en alternance avec la publication des résultats de sondages sur le degré de confiance accordé par les français à la presse dans de revues spécialisées et dans la presse périodique. C'est à la formulation du questionnaire qui s'attaquent les critiques, qui considèrent certaines « questions par trop adaptées à une éventuelle défiance du public à l'égard des journalistes » (Charon, 1993, p. 15). Plusieurs publications – aussi bien des ouvrages que des articles, universitaires ou de presse – vont s'employer à dénoncer, à expliquer, à quantifier, à caractériser les maints dérapages déontologiques des journalistes. Dans une partie de ces travaux, on peut discerner l'amalgame de la mauvaise déontologie journalistique et la dénonciation des dérapages, tandis que d'autres réfléchissent sur la qualification d'« affaire », de « dérapage » et de « dérive ». A cet

égard, on peut dire que le traitement journalistique d'une « affaire » peut être tenu pour un traitement d'information éthique dans un espace social et non pas dans un autre où il sera estimé être un dérapage. Si personne ne sonne l'alarme et ne s'aperçoit de la faute, ce qui pourrait être un dérapage ne l'est pas, alors que « le dérapage n'existe pas de facto. Il doit d'abord être ressenti, reconnu, dénoncé comme tel par l'opinion publique et donc par les journalistes eux-mêmes » (Hanot, 1995, p. 44).

Le paradoxe noté par P. Bourdieu – le journalisme « c'est une profession très puissante composée d'individus très fragiles. Avec une grosse discordance entre pouvoir collectif, considérable, et la fragilité statutaire des journalistes, qui sont en position d'infériorité vis-à-vis des intellectuels autant que des politiques » (Bourdieu, 1995, p. 9), montre la difficulté de rattacher un certain contenu des médias aux exigences déontologiques. Une conception du rôle des médias paraît aussi ouvrir d'autres débats. R. Bautier rappelle que « sans contester que la démocratie bourgeoise nécessite la constitution d'un espace public et que les médias jouent un rôle fondamental dans la création et le fonctionnement de cet espace public, on peut considérer, cependant, qu'il n'y a pas nécessairement prépondérance de la logique politique dans l'environnement des médias » (Bautier, 1994, p. 172). Du reste, ces débats, plus qu'aux pratiques du groupe professionnel des journalistes, touchent aux logiques culturelles, politiques et économiques des médias, dont la problématique a ressaisi et a brisé des orientations et de réalités académiques diverses, surtout dans la confrontation des recherches entre pays disposant dans l'audiovisuel d'un service public et d'un régime commercial (Mattelart et Mattelart, 1995, pp. 70–71).

La déontologie en tant qu'exigence

Au Brésil, les débats sur la régulation professionnelle des journalistes prennent un autre cours. Dans un ouvrage qui se consacre à tracer le portrait ethnographique des journalistes, I. S. Travancas (1993), intitulé *O mundo dos jornalistas*²⁶ par une série d'entretiens avec de journalistes « jeunes » et « vétérans » et au moyen d'une enquête sur le terrain – accompagnement d'une journée de travail de trois reporters ; l'un de journal, l'autre de radio et le troisième de télévision –, cherche à déceler l'identité sociale des journalistes, et plus spécifiquement, les incidences du choix professionnel sur la représentation de soi, sur le style

²⁶ Le monde des journalistes.

de vie et sur la conception du monde. En dépit de l'hétérogénéité des médias où ils travaillent, de leur âge et de leur milieu social d'origine, l'auteur discerne plus de ressemblances que de différences dans l'identité sociale des journalistes. Ces résultats peuvent être pourtant consécutifs à des questions qui s'adaptent par trop à une représentation sociale dominante du groupe professionnel. En l'espèce, interrogés sur à qui « servir » – question dont les réponses sont à l'entreprise, aux faits, aux lecteurs, à leurs propres valeurs ou à leur conscience – les journalistes interviewés par I. S. Travancas tranchent en répondant que leur compromis est avec le journalisme, donc avec les faits.

D'autres ouvrages se consacrent à la description des déficiences de l'espace journalistique. M. C. Chaparro (1994) en tisse une longue liste : « de la dissimulation ou de la distorsion de l'information, de papiers motivés par des intérêts privés non révélés, de l'irresponsabilité de diffuser de fausses informations au public, de l'accommodation des reporters à un journalisme de comptes rendus superficiels, de textes confus et imprécis, de la facilité avec laquelle la presse accueille, sans faire de recoupement, des accusations qui favorisent ou qui portent préjudice à quelqu'un, de la fréquente primauté des objectifs de marketing sur les raisons journalistiques, de la méprise du droit de la réponse, de l'arrogance avec laquelle la faute est protégée et avec laquelle on fait de l'appropriation antisociale du droit à l'information » (Chaparro, 1994, p. 107).

Syndicaliste et enseignant dans une faculté de journalisme, F. J. Karam (1997), dans l'ouvrage *Jornalismo, ética e liberdade*²⁷, a la préoccupation de proposer de possibilités pour « aider à supplanter certains 'problèmes' [...] du comportement professionnel » et d'insérer le journalisme « dans le processus social dans lequel il est produit ». Pour autant, il rattache la déontologie professionnelle à de « mesures effectives pour la démocratie informative dans les médias » (Karam, 1997, pp. 11–12). L'auteur procède à la « défense morale du journalisme et de sa spécificité éthique » en étayant que « s'il y a des déficiences et des problèmes dans le journalisme contemporain, ils ne peuvent pas être généralisés et, d'autant moins que les limites sur lesquelles se déplace l'activité professionnelle sont définitives » (Karam, 1997, pp. 37–40).

²⁷ Journalism, ethics and liberty.

L'idéal type de profession

L'examen d'un groupe professionnel rend nécessaire la prise en compte de certains repères théoriques, pour ne pas être tenté de déceler des principes qui seraient exclusifs à un seul groupe, et pour ne pas non plus tomber dans leur extrême similarité. Dans la conclusion de leur manuel de *Sociologie des professions*, C. Dubar et P. Tripier retiennent quatre principes d'analyse des groupes professionnels. A savoir : « il n'existe pas de profession 'séparée' », au contraire, un groupe professionnel est attaché à un système professionnel duquel il fait partie ou dont il est originaire ; « il n'existe pas de profession 'unifiée' », puisque les groupes professionnels sont constitués de segments, pouvant, à des degrés divers, partager de l'identité, s'organiser et se concurrencer ; « il n'existe pas de profession 'établie' » et on a surtout affaire à des processus de structuration et de déstructuration des groupes professionnels, à des mouvements de professionnalisation et de déprofessionnalisation ; enfin « il n'existe pas de profession 'objective' », parce que les groupes professionnels sont plutôt constitués des « relations dynamiques entre des institutions ou organisations de formation, de gestion, de travail, et des trajectoires, cheminements et biographies individuels au sein desquels se construisent (et se détruisent) des identités professionnelles, tout autant 'sociales' que 'personnelles' » (Dubar et Tripier, 1998, pp. 247–250).

Par sa place à l'intérieur d'un média d'information, le médiateur de presse est quelqu'un qui entretient de liens de subordination contractuels, et, par sa position à l'égard des autres métiers du journalisme, cette fonction se constitue en tant que groupement professionnel en processus de constitution, de développement et de normalisation de ses pratiques professionnelles. Dans la mise en intelligibilité du modèle de médiateur de presse adopté par le *Folha de S. Paulo* et *Le Monde* – et cela en allant de la mise en chantier d'un récit de la création et de l'évolution de la médiation de presse à la construction de la représentation paradigmatique de la fonction, sédimentées aux Etats-Unis, en passant par l'examen de la trajectoire personnelle et professionnelle de leurs titulaires –, nous allons associer la présentation de recherches sociologiques et historiques aux synthèses de travaux théoriques et empiriques.

Cet ensemble servira de guide pour comprendre les groupes professionnels en tant que « formes historiques d'organisation sociale, de catégorisation des activités de travail [...], d'accomplissement de soi, des cadres d'identification subjective et d'expression de valeurs

d'ordre éthique ayant des significations culturelles [...] [et] de coalitions d'acteurs qui défendent leurs intérêts » (Dubar et Tripier, 1998, p. 13). Ainsi, suivant l'ordre chronologique, nous débiterons par la théorie fonctionnalisme des groupes professionnels. De fait, comme a remarqué D. Ruellan (1997), la représentation professionnelle des journalistes est tributaire du schéma de professionnalisation formulé par les tenants de l'approche fonctionnaliste. Ensuite, c'est de la sociologie interactionniste des groupes professionnels que nous allons explorer la problématique, laquelle vise à démonter la vision enchantée des groupes professionnels et à ne pas mettre en avant l'enjeu de l'organisation sociale, mis à plat par l'approche fonctionnaliste. Les interactionnistes considèrent que les groupes professionnels sont plutôt composés par des « identités, ainsi que [des] valeurs et [des] intérêts [...] multiples » de leurs membres (Bucher et Strauss, 1992, p. 68) et misent sur le processus biographique et identitaire des membres du groupe. En faisant fond sur les repères théoriques et empiriques fixés par les fonctionnalistes et les interactionnistes, nous allons articuler les concepts d'argumentation et de modèle professionnels pour prendre la mesure du travail de légitimation et de justification de la médiation de presse. Cette approche se situe dans une perspective 'constructiviste', considérant que les savoirs professionnels sont socialement construits, c'est-à-dire qu'ils « n'existent alors que par le travail que des groupes effectuent sur eux » (Trépos, 1992, p. 8).

Les chercheurs qui retracent l'évolution de la sociologie des professions font remonter ses fondements aux Etats-Unis, dans les années 1940²⁸. C'est dans le sillage de la conception wébérienne de la sociologie de la rationalisation et du modèle durkheimien des professions que les membres de l'approche fonctionnaliste édifient la théorie des professions (Boltanski, 1990b). Sa principale figure, T. Parsons établit les traits distinctifs des professions, en s'appuyant sur la dissociation entre les 'professions' et les 'occupations', clivage qui attribue aux premières de valeurs supérieures à celles des deuxièmes et, de ce fait, ordonne la légitimité des activités professionnelles. Qui plus est, cette distinction fait état de la législation du travail qui fixe des droits inégaux aux sous-ensembles d'activités professionnelles²⁹.

L'approche fonctionnaliste présuppose les professions en tant qu'ensembles qui partagent les mêmes institutions et des valeurs semblables, structurés comme des communautés autour d'un centre qui favorise la cohésion sociale et morale du groupe. Les

²⁸ Voir Chapoulie (1973), Boltanski (1990b), Dubar et Tripier (1998).

²⁹ Aux Etats-Unis et en Angleterre, les 'professions' correspondent aux activités dont les membres disposent de prérogatives, comme l'institution d'associations autonomes et reconnues, la fermeture des marchés de travail, l'organisation de la formation professionnelle alors que les 'occupations' n'ont que l'autorisation de se grouper en syndicat. Néanmoins, la sociologie française ne dispose pas d'un terme équivalent au terme anglais 'profession' (Dubar et Tripier, 1998, pp. 7-10).

professions sont alors des « occupations dont l'exercice légitime suppose que soit suspendue l'opposition entre l'*intérêt privé* et le *désintéressement*, entre l'orientation vers la recherche d'un profit sur un marché et la vocation au bien commun, entre la rationalité instrumentale, comme ajustement des moyens aux fins, et la rationalité éthique orientée par référence à des valeurs » (Boltanski, 1990b, p. 2060). Du reste, T. Parsons, à l'instar de positions durkheimiennes, va caractériser les groupes professionnels par leur position « interstitielle » dans la structure sociale, ce qui la place entre l'Etat et les personnes individuelles³⁰.

Les travaux de l'approche fonctionnaliste avaient alors pour ambition principale de restituer les caractéristiques des professions, ce qui conduirait à la mise en place des principes de fonctionnement, ou, au moins, des circonstances d'émergence des groupes professionnels (Chapoulie, 1973). L'attention se porte sur la notion de l'*'idéal type'* de profession, de sorte que, dans les caractérisations des professions qui s'ensuit, on cherche à identifier les groupes professionnels qui réunissent davantage de traits du rôle professionnel. Pour T. Parsons³¹, qui ne liait les professions qu'à quatre domaines : la médecine, la technologie (l'ingénieur moderne), le droit et l'enseignement (*teaching*) (Dubar et Tripier, 1998, p. 82), les traits caractéristiques de la médecine l'élevaient au rang de l'*'idéal type'* de profession. Ce sont de « compétences techniques 'universalistes' de haut niveau, une spécificité fonctionnelle de 'spécialiste de son domaine et seulement de lui', une neutralité affective lui permettant seule la réussite du diagnostic et du traitement, une orientation vers la collectivité qui lui permet de 'mettre le bien commun de son patient au-dessus d'intérêts commerciaux' » (Dubar et Tripier, 1998, p. 84).

D'ailleurs, la professionnalisation est l'une des notions clés de l'approche fonctionnaliste, de telle manière que plusieurs travaux ont consisté en l'identification du schéma de professionnalisation, dans lequel sont systématisées les étapes du passage des '*occupations*' aux '*professions*', c'est-à-dire à la reconnaissance en tant que profession et à la validation de ses pratiques professionnelles. En ce qui concerne les caractéristiques différenciatrices des professions et des occupations, il s'agissait d'identifier les fonctions sociales objectivement accomplies par les occupations et de désigner par le terme de profession seulement celles qui remplissaient certains critères. Ainsi, l'approche fonctionnaliste a codifié les étapes que les occupations doivent accomplir pour parvenir au

³⁰ E. Durkheim envisageait les groupes professionnels, organisés en corporations, comme des « totalités, épousant les contours des différents états professionnels et capables de régler et d'harmoniser les relations sociales par la reconstruction d'une *morale professionnelle* et son intériorisation par les personnes » (Boltanski, 1990b, p. 2059).

³¹ Parsons, T. (1951) « Social structure and dynamic structure : the case of modern medical practice », *The Social System*, Free Press of Glencoe, pp. 428 – 479 (Cité par Dubar et Tripier, 1998, p. 83–85).

rang de profession, ce qui devient un « schéma de professionnalisation » (Dubar et Tripier, 1998, p. 88). Les critères diffèrent selon les auteurs, mais on peut retenir la liste élaborée par H. Wilensky, en 1964, et qui énumère, par ordre croissant, six degrés que les candidats à la professionnalisation doivent remplir. Chaque degré est éliminatoire et est implicitement introduit dans la séquence. L'occupation qui accède à la professionnalisation doit, tour à tour, réussir à : « 1 – être exercée à plein temps ; 2 – comporter des règles d'activité ; 3 – comprendre une formation et des écoles spécialisées ; 5 – comporter une protection légale du monopole ; 6 – avoir établi un code de déontologie³² ».

C'est l'attention tournée essentiellement vers l'identification de l'idéal type qui prête le flanc à des dénonciations de la valeur des travaux de l'approche fonctionnaliste. Selon les critiques formulées par J.-M. Chapoulie, ces recherches se contentent d'être « l'interrogation sans fin sur les caractéristiques essentielles des professions et les deux problèmes qui en dérivent : Celui de l'écart de divers corps de métier au type-idéal, et celui de la tendance (ou non-tendance) à la professionnalisation » (Chapoulie, 1973, p. 95). De plus, en s'intéressant à la caractérisation des attributs des professions, à l'identification de l'idéal type et au comptage de ces manifestations chez les groupes professionnels, cette approche élimine toute la dimension historique de la constitution des groupes professionnels et se décharge d'une discussion sur la reconnaissance de la profession, sur le processus de stabilisation et de déstabilisation des professions et sur les phénomènes de professionnalisation et de déprofessionnalisation. En d'autres termes, les études d'inspiration parsonienne séparent le savoir professionnel du processus de production, de diffusion et d'utilisation et écartent les discussions sur la formation des structures et des organisations et la reconnaissance du groupe professionnel ; autant de problématiques reprises par l'approche interactionniste.

Dans l'analyse de la formation des groupes professionnels, il est rendu nécessaire de refuser le postulat de l'idéal type de profession sans pour autant négliger l'examen des actes accomplis par les groupes pour se faire reconnaître socialement, car les groupes professionnels élaborent un discours auto-légitimant qui, à bien des égards, correspond au schéma de professionnalisation élaboré par l'approche fonctionnaliste. Au reste, en s'appuyant sur les paliers du passage d'une « occupation » à une « profession », dans le sens de l'approche fonctionnaliste, les divers segments du groupe professionnel s'emploient à construire et à imposer un modèle de compétences et à légitimer leurs activités professionnelles.

³² H. Wilensky (1964) « The professionalisation of everyone ? », *American Journal of Sociology* (2), pp. 137-158 (Cité par Dubar et Tripier, 1998, p. 90).

Les segments professionnels

Les travaux qui se rangent sous la bannière de l'approche interactionniste s'érigent comme alternative aux études fonctionnalistes des groupes professionnels. Les premiers s'y heurtent de front en repoussant la notion de l'idéal type de profession et de l'homogénéité d'un groupe professionnel. La mise à plat des caractéristiques d'une profession est loin d'être le but des recherches interactionnistes. En effet, l'initiateur de l'approche interactionniste, E. Hugues, dans un article de 1952, traçait les distinctions entre les principes de l'organisation et les modalités de légitimation des groupes professionnels et critiquait durement le choix préférentiel des sociologues pour l'étude des 'professions', aux dépens des 'occupations', selon la nomenclature anglo-saxonne. Il considérait que cette option n'avait rien d'innocent et que le chercheur risquait de se laisser abuser par le discours professionnel d'un groupe, qui pouvait être « justement celui que les sociologues veulent entendre, en tant que professionnels eux-mêmes. » (Dubar et Tripier, 1998, p. 94).

En l'espèce, l'approche interactionniste souligne une grande disparité entre les caractérisations des professions retenues par l'approche fonctionnaliste et les prestations quotidiennes des groupes professionnels. Ces recherches supposent que les groupes professionnels ne sont pas constitués par des coalitions homogènes d'acteurs, mais sont conçus comme l'« agrégation de segments poursuivant des objectifs divers, plus ou moins subtilement maintenus sous une appellation commune à une période particulière de l'histoire » (Bucher et Strauss, 1992, p. 69). La notion de segment professionnel renvoie aux groupements qui apparaissent au sein d'un groupe professionnel. Toutefois, un segment n'est pas une spécialité, une branche à l'intérieur d'un groupe professionnel. Pour reprendre l'illustration de la médecine, les spécialités médicales, qui pourraient à un certain moment de leur histoire se confondre avec les segments professionnels, possèdent des traits de différenciation des pratiques professionnelles entre membres. Par exemple, l'identité, les valeurs et les intérêts des cardiologues praticiens sont autres que ceux des cardiologues chercheurs. L'identification des segments professionnels se fait par le discernement de traits et de valeurs d'une fraction du groupe professionnel qui ne correspondent pas à ceux des autres fractions.

Dans la liste de traits et de valeurs dressée par R. Bucher et A. Strauss (1992) un segment professionnel³³ a le « sens d'une mission » spécifique à une fraction du groupe et qui est différent des autres segments ; il dispose d'une « activité de travail » commune qu'il « considère l'acte professionnel qui en est le plus caractéristique » ; des méthodologies et des techniques de travail semblables au sein d'un segment du groupe professionnel peuvent se traduire par des « divergences aiguës sur la réalité dont s'occupe la profession » ; chaque segment déploie une représentation de la relation avec les usagers qui lui est propre ; formant une « confraternité », les membres d'un segment partagent la même liste de ceux qui sont considérés comme des collègues, parmi les membres du groupe professionnel. De surcroît, les « intérêts professionnels », continuent R. Bucher et A. Strauss (1992), divergent entre les membres d'un groupe professionnel, notamment ceux qui portent sur « l'accès à une position d'influence dans une institution, sur les questions de recrutement, et sur les relations avec l'extérieur ». La création d'associations professionnelles qui représentent de segments professionnels peut être le résultat de ces conflits d'intérêts dans un groupe professionnel et l'aboutissement de luttes internes. Au fond, l'approche interactionniste fait fond sur l'instabilité des groupes professionnels, y compris des segments ; on reconnaît alors des luttes internes pour obtenir une position dominante et le mouvement constant de formation, de développement, de modification et, finalement, de disparition de segments à l'intérieur d'un groupe professionnel.

Le médiateur en tant que segment professionnel

La notion de 'segment professionnel' nous semble fortement opératoire parce qu'elle concerne l'hétérogénéité d'un groupe professionnel, ce qui marque les différentes manières d'envisager les activités professionnelles et les caractères instables. A première vue, pour légitimer le recours à cette notion, il serait envisageable de confronter les traits du médiateur de presse aux traits des segments professionnels, selon la systématisation de R. Bucher et A. Strauss (1992) dans le dessein de diagnostiquer si cette fonction a la configuration d'un segment du groupe professionnel des journalistes. Toutefois, en plus de s'opposer à la notion de profession, sur laquelle se fonde l'approche fonctionnaliste, l'approche interactionniste se positionne à rebours de la distinction et du dénombrement de caractéristiques d'un groupe

³³ L'article original a été publié en 1961, sous le titre « Profession in process », par le *American Journal of Sociology* (66/4). Dans ce travail, nous nous référons à la traduction française.

professionnel à l'égard de l'idéal type. Ce serait alors un contresens d'essayer, en employant les outils de l'approche interactionniste, de repérer dans une fraction d'un groupe professionnel les traits exacts d'un segment professionnel et de chercher à vérifier si telle fraction a des propriétés qui correspondent strictement aux principes décelés par R. Bucher et A. Strauss (1992). En l'occurrence, il n'est pas question de mettre la médiation de presse en regard de la notion de segment professionnel, mais d'en discerner quelques traits vis-à-vis de la notion de segment professionnel.

Le principal obstacle à l'appréhension de la médiation de presse en tant que segment professionnel réside dans le fait que, au *Folha de S. Paulo* et au *Monde* ainsi comme dans les autres médias brésiliens et français qui en disposent, la fonction est un état transitoire, une charge provisoire, renouvelable pour une période. Au Brésil, il y a trois *ombudsmans* en activité – en plus de celui du *Folha de S. Paulo*, on rencontre le deuxième dans la presse quotidienne régionale et le troisième dans une station de radio régionale³⁴ – ; en France, on en dénombre quatre – outre le médiateur du *Monde*, cette fonction est présente dans les chaînes de France Télévision, avec trois postes. Nous sommes à même d'établir une certaine homogénéité de pratiques professionnelles et d'identité professionnelle entre les médiateurs de la télévision publique française, ce qui pourrait leur donner le statut de segment professionnel. Mais la distance entre le médiateur du *Monde* et le médiateur de France 2 est plus large que celle du médiateur et d'autres journalistes de la rédaction du quotidien. Tout au plus, il est possible de considérer que les journalistes qui ont rempli les fonctions de médiateur pendant une période et ceux qui sont en activité disposent de caractéristiques professionnelles – comme la mission, les méthodologies, la relation avec le public, la confraternité avec de médiateur de presse de plusieurs pays par le biais de l'ONO – qui autorisent leur insertion dans le rang de segment. Ils seraient pourtant un segment dans une dimension diachronique.

Pourtant, la notion de segment professionnel est très productive parce qu'elle autorise d'envisager les groupes professionnels comme une « unité de façade » dans laquelle les agents luttent pour obtenir ou pour préserver une position dominante. L'intérêt de l'approche interactionniste réside moins dans l'inventaire d'items pour vérifier si une fraction du groupe professionnel constitue un segment professionnel que dans la valeur attribuée à certains dispositifs, comme les codes de déontologie, les brochures, les conférences associatives, les remises de prix, l'instauration d'associations professionnelles, en tant que résultants des luttes internes au sein d'un groupe professionnel. La mise en place d'un code de déontologie et

³⁴ Ces deux derniers appartenant au même groupe de presse.

d'une association professionnelle n'est pas estimée comme marque de l'uniformité et de l'unanimité du groupe professionnel. A l'opposé, ces dispositifs rendent les « communautés invisibles » davantage visibles parce qu'ils indiquent la volonté de s'approprier des positions de pouvoir au sein des organismes du groupe professionnel. Une fois visible, le segment devient plus vulnérable et s'expose à des résistances émanant des autres segments, et « au fur et à mesure que les différents segments en cours de constitution entrent en compétition pour les dominer, les associations établies deviennent des lieux de conflits » (Bucher et Strauss, 1992, p. 80). De la notion de segment professionnel, nous allons particulièrement retenir le fait qu'un segment professionnel visible s'expose aux concurrences internes dans le groupe professionnel et qu'il est tenu de déployer un travail de conviction, pour s'imposer face aux publics internes et externes comme les plus compétents à représenter le groupe.

Un répertoire mobilisable

De même qu'un segment professionnel peut s'opérer à un travail de conviction pour se faire admettre dans le groupe professionnel comme son meilleur représentant, le discours de légitimation du segment professionnel peut se tourner vers le public externe pour obtenir et conserver une place dans l'espace social. En fait, tous les groupes professionnels, même ceux qui sont les plus établis sur le marché du travail, même ceux qui sont à présent classés en tant que 'profession', doivent affronter des dénonciations d'incompétence professionnelle, des mouvements de déprofessionnalisation et des protestations d'abus de la position de monopole sur le marché du travail. Pour désamorcer les dénonciations et pour se forger une place dans l'espace social, les groupements doivent déployer une rhétorique de légitimation et de justification de leurs activités qui sera fondée sur les valeurs de besoin, de science et de compétence (Paradeise, 1985) à partir desquelles ils construisent et manifestent leur compétence professionnelle (Trépos, 1992). La compétence professionnelle prend ainsi la forme d'une argumentation, qui exprime les manières de voir et de donner à voir le savoir professionnel.

Lorsque nous avançons que les groupes professionnels développent un travail d'argumentation de leur compétence professionnelle, nous ne considérons pas que l'argumentation ne soit qu'une notion discursive. En fait, l'argumentation professionnelle est composée d'un « répertoire mobilisable par un individu, ou un groupe, pour construire ou

manifester sa compétence, en particulier sous contrainte de justification » (Walter, 1995, p. 12), qui inclut des objets, comme les codes de déontologie, les manuels, les salons, les cérémonies de remise de prix, et des personnes, comme les professionnels paradigmatiques, les associations.

L'argumentation professionnelle

Ainsi C. Paradeise montre-t-elle que les groupes professionnels sont tributaires de la réussite de leur argumentation, dont la détermination d'un statut découle. Une fois établie, la durabilité du statut dépendra également de l'aptitude du groupe professionnel à « entretenir la relation entre leurs arguments fondateurs et leur pratique » (Paradeise, 1985, p. 18). Les arguments de légitimation et de justification de la compétence d'un groupe professionnel sont fondés sur les axes du besoin, de la science et de la compétence. Autrement dit, la rhétorique d'un groupe professionnel doit montrer que l'absence d'activités professionnelles proposées par le groupe exposerait les individus et les collectifs à des dangers, parce qu'elles correspondent à la satisfaction d'un besoin social ; que seul le groupe, par ses techniques scientifiques, constituées d'un savoir positif, éthique, neutre et universel, peut satisfaire à ce besoin ; et qu'il faut encore garantir que les situations professionnelles soient indépendantes des circonstances extérieures et de tout pouvoir et visent uniquement l'intérêt général. Les groupes professionnels doivent alors aligner le monopole de l'exercice d'une activité professionnelle comme le meilleur rempart contre l'incertitude de la satisfaction du besoin et de l'exacerbation des risques de la science.

La rhétorique de légitimation et de justification professionnelle d'un groupe vise les publics internes (les confrères, les membres d'autres segments, les associations professionnelles) et les publics externes (l'Etat, l'usager), tandis que la réactualisation de la rhétorique professionnelle est provoquée par des mouvements de professionnalisation et de déprofessionnalisation, de déclassement et de reclassement. Aux moments de déstabilisation du groupe, provoquée par la mise en cause de leur compétence ou de leur monopole, les groupes professionnels cherchent à « reconstituer les fondements de leur légitimité, et donc, de leur autonomie, en s'appropriant de valeurs externes à l'argumentation initiale » (Paradeise, 1985, pp. 29–30).

Les principes de justification

De fait, dans les situations de mise en cause de leur compétence, les groupes professionnels doivent recourir à des principes de justification et de légitimation. A partir de la systématisation des formes de bien commun présentées par six œuvres classiques de la philosophie politique, de textes canoniques, le sociologue L. Boltanski et l'économiste L. Thévenot (1991) ont diagnostiqué les principes auxquels on peut faire appel lorsque nous sommes sous contrainte de justification. Ils ont décelé six « cités³⁵ » – la cité *inspirée*, la cité *domestique*, la cité de l'*opinion*, la cité *civique*, la cité *marchande* et la cité *industrielle* – qui se déploient dans autant de « mondes communs » et ont construit un cadre théorique pour examiner les « opérations critiques auxquelles se livrent les acteurs lorsqu'ils veulent manifester leur désaccord sans recourir à la violence et les opérations pour construire et sceller des accords » (Boltanski et Thévenot, 1991, p. 39).

Pour cela, les deux chercheurs ont mis à plat la caractérisation et la systématisation des « cités » et des « mondes communs », dont nous pouvons constituer un répertoire auquel les acteurs peuvent faire appel dans la manifestation de leur désaccord, dans la justification et dans la dénonciation, c'est-à-dire dans des situations où ils sont sous contrainte. Les cités se fondent sur des principes de justice contraires, mais obéissant à une même structure de formation, de telle sorte que chacune dispose d'un « principe supérieur commun dans une construction de la grandeur montrant un équilibre entre une forme de *sacrifice* et une forme de *bien commun* possédant une validité universelle » (Boltanski et Thévenot, 1991, p. 94). Ainsi, à chaque « principe supérieur commun » correspond un principe de légitimation, de sorte qu'il peut être matérialisé par un ensemble de dispositifs qui rendent possibles la construction et la manifestation d'accords plus ou moins durables.

³⁵ Dans la « cité inspirée », fondée sur la *Cité de Dieu* de saint Augustin, la grandeur est attachée à la personne, à son « corps » et est érigée sur l'« oubli de soi », le « renoncement à la gloire » et à la « reconnaissance des autres », de manière à ce que le « sacrifice du propre corps » représente la forme de réalisation la plus accomplie. Dans la « cité domestique », retirée de *Politique*, de Bossuet, la grandeur se base sur une relation de subordination dans une chaîne de « dépendances personnelles » ; chacun appartient à une « maison », dans laquelle on a un « rang » que l'on doit connaître pour se positionner. La « cité d'opinion », dans le *Léviathan*, de Hobbes, est fondée sur le « renom », et sa grandeur est « opinion des autres » et est proportionnelle au nombre de personnes qui accordent leur « crédit ». Dans le *Contrat social*, de Rousseau, la « cité civique » s'appuie sur les « droits » et les « obligations » des « citoyens » ; chaque personne doit subordonner sa « volonté générale », l'incarnation d'un « intérêt général » et la grandeur supérieure n'est pas composée d'une personne, mais, par la vertu de leur « réunion », de « personnes collectives », formée par l'« adhésion » et la « représentativité ». Dans la « cité marchande », basée sur *Richesse*, de Adam Smith, la grandeur est la possession de « biens rares » ; peuplée d'« individus », elle est basée sur la « compétition », la « rivalité ». La « cité industrielle », dans le *Système industriel*, de Saint-Simon, est fondée sur l'« objectivité » des choses ; on a affaire à l'« efficacité » des êtres, à la « performance », à la « productivité » ; la grandeur est établie sur une échelle de la « qualification professionnelle » des personnes.

Les situations de désaccords sont alors, pour L. Boltanski et L. Thévenot, autant d'épreuves où les acteurs sont amenés à se mettre d'accord sur la grandeur, la légitimité des personnes et des objets (des institutions, des outils, de machines, des dispositions réglementaires, de moyens de paiement, de sigles, de noms) qui y sont engagés. Dans ce cadre théorique, les situations justiciables d'un même principe supérieur commun sont celles où les êtres sont ajustés. Si les objets agencés dans une situation sont sans équivoque, la « situation naturelle » a lieu. Mais, si les dispositifs ne s'harmonisent pas avec la situation, elle est passible de dénonciations. On discerne néanmoins des situations interstitielles où l'assemblage de dispositifs composites de mondes différents peut se faire sans causer de problèmes. Il est alors question d'une « formule de compromis », qui « suggère l'éventualité d'un principe capable de rendre compatible des jugements s'appuyant sur des objets relevant de mondes différents. Il vise un bien commun qui dépasserait les deux formes de grandeur confrontées en les comprenant toutes deux. [...] Le principe visé par le compromis demeure fragile, tant qu'il ne peut être rapporté à une forme de bien commun constitutive d'une cité » (Boltanski et Thévenot, 1991, p. 337).

Les groupes professionnels, tous les groupes professionnels sont des « compromis entre des exigences différentes correspondant aux différents principes de justice [...], utilité et technicité d'ordre industriel, liens quasi domestiques, comme dans les anciens corps de métier, exigences du marché ou solidarités civiques » (Boltanski, 1990a, p. 2061). Une forme professionnelle ne peut pas être bâtie sur un unique principe de justification relevant d'un monde commun. En raison de la fragilité du compromis, la forme professionnelle est constamment soumise à des procédures de stabilisation et de déstabilisation, ce qui rend nécessaire l'usage d'une argumentation pour construire, manifester et stabiliser leur compétence professionnelle.

La construction et la manifestation de la compétence

C'est notamment à travers l'articulation des notions de rhétorique professionnelle et des principes de justification et de légitimation que J.-Y. Trépos (1992) va constituer la *Sociologie de la compétence professionnelle* et édifier un cadre théorique d'appréhension de la construction et de la manifestation de la compétence professionnelle et d'identification des mécanismes mis en œuvre par les agents pour à la fois faire valoir leur compétence professionnelle et pour échapper à l'évaluation à laquelle ils sont régulièrement soumis. Pour

cela, ce chercheur tisse un « va-et-vient constant des qualifications aux classifications, qui permet de montrer les accords ponctuels ou durables et les dispositifs ou institutions dans lesquels ils sont implantés mais aussi les tensions qu'ils suscitent et qui les rendent instables » (Trépos, 1992, p. 8). De fait, il analyse comment certains agencements, dans des circonstances précises, entrent dans la composition de la compétence professionnelle. On rencontre alors des agencements qui s'harmonisent avec certaines situations, mais qui peuvent ne pas être adéquats à d'autres situations. Par conséquent, examiner la construction et la manifestation de la compétence professionnelle d'un groupe ou d'un individu, c'est scruter, dans un ensemble de possibles, les dispositifs – les objets et les personnes – qui composent la compétence professionnelle d'un groupe. J.-Y. Trépos (1992) considère que les groupes professionnels sont en lutte continue pour établir ou pour maintenir leur place.

Le modèle professionnel

Dans le prolongement de ces travaux de C. Paradeise (1985), de L. Boltanski et L. Thévenot (1991), J.-Y. Trépos (1992), J. Walter (1995) s'interrogent sur l'émergence d'un modèle professionnel au moyen de la mobilisation de dispositifs et de principes de justification de natures différentes. Sa méthode de travail a consisté, par l'analyse de l'évolution du groupe professionnel des directeurs de communication, les « dircom », à faire ressortir la manière dont ce groupement développe une rhétorique professionnelle et s'investit dans la légitimation de l'activité. Ainsi, il a distingué et ordonné des dispositifs comme les codes de déontologie, la mise en récit de l'histoire du groupe, les enquêtes, les manuels, les salons, les plaquettes, dont lesquels il a pu relever les paradigmes, les principes de légitimation, les luttes de classement, de professionnalisation et de déprofessionnalisation dans l'espace professionnel.

Les groupes professionnels s'efforcent de mettre en circulation des dispositifs, auxquels les personnes et les collectifs peuvent faire appel pour construire et manifester leur compétence ; et ces dispositifs forment un « modèle professionnel » (Walter, 1995). Commençons alors par l'éclaircissement du concept de modélisation : il s'agit, en fait, des « principes de légitimation et [des] compromis entre les natures dont ils ressortent qui balisent l'évolution des accords et désaccords » qui sont contenus dans les codes de déontologie, les écrits et les ouvrages des agents professionnalisés, les enquêtes sur le groupe, élaborée et diffusée par les agents professionnalisés, par des collectifs et repris lors des cérémonies de

remise de prix, des conférences du groupe, du colloque des membres du groupe, etc. (Walter, 1995).

Cette posture théorique repose sur une perspective constructiviste qui nous amène à considérer la compétence professionnelle comme une construction sociale, qui est œuvre dans le temps et est composée par divers éléments, qui sont des « ressources qui seront plus ou moins mobilisées par des personnes dans des situations données » (Trépos, 1992, p. 16). La construction de la compétence permet de déceler certains aspects d'un groupe professionnel, en repérant son discours légitimant, en l'envisageant comme un groupe en processus continu de construction et de légitimation. Elle autorise aussi la prise en compte des groupes professionnels non pas seulement comme cohésion d'identités, de valeurs, de pratiques, de statuts, de qualification, mais par le désintéressement et l'intérêt général, selon l'approche fonctionnaliste, mais aussi comme des constructions, énonciatives et organisationnelles.

Etat des lieux : les recherches sur le médiateur

Au Brésil et en France, plusieurs travaux ont été déjà consacrés à la médiation de presse. Ils peuvent être divisés en trois modalités : les écrits des agents professionnalistes, c'est-à-dire d'anciens et d'actuels titulaires de la fonction, d'associés de l'ONO et de directeurs de médias d'information ; les fragments sur la médiation de presse dans des ouvrages universitaires ; enfin les articles et les mémoires qui concernent spécifiquement ce sujet. Dans la première modalité, on rencontre des écrits des médiateurs de presse eux-mêmes, dans lesquels ils procèdent à un examen rétrospectif de leur action en tant que médiateur de presse, mettent en récit leurs parcours dans la fonction et, quelquefois, reproduisent les chroniques les plus significatives publiées pendant leurs 'mandats'. Au Brésil, on compte trois ouvrages écrits par des médiateurs de presse ; l'un de C. T. Costa³⁶, le premier ombudsman du *Folha de S. Paulo*, le deuxième de A. Sa et le troisième de L. Neto ; les deux derniers ont été de médiateurs du quotidien régional *O Povo*. On dénombre aussi des articles parus dans la presse spécialisée et dans des revues universitaires³⁷. En France, l'expérience professionnelle

³⁶ In : C. T. Costa (1991) *O relógio de Pascal. A experiência do primeiro ombudsman da imprensa brasileira*. São Paulo : Siciliano

³⁷ Sans avoir la prétention de faire un inventaire exhaustif, on peut citer des articles parus dans les bulletins de deux observatoires des pratiques journalistiques, l'un dirigé par un journaliste et attaché au Laboratoire de Journalisme de l'Université de Campinas et l'autre animé par un journaliste. M. Xavier, ancien ombudsman de

des médiateurs du *Monde* est rapportée dans des articles publiés par des revues spécialisées en journalisme ou en communication, comme *Médiaspouvoirs*, *L'Audiovisuel. Communication & Société* et *Les cahiers du journalisme*³⁸.

Dans la deuxième modalité, on peut discerner plusieurs travaux dans lesquels la médiation de presse est analysée sans pour autant être le sujet principal. Autrement dit, la médiation de presse est constamment insérée et succinctement décrite dans des inventaires de déontologie professionnelle et de mécanismes de régulation du journalisme. Au Brésil où ces travaux de catégorisation sont peu nombreux, il existe des traductions d'ouvrages étasuniens sur l'éthique journalistique qui intègrent le médiateur de presse parmi les dispositifs déontologiques du groupe professionnel des journalistes. On peut citer, selon leur titre original, *Groping for ethics journalism*, de H. E. Goodwin (1983), *The Responsibilities of Journalism*, de R. Schmuhl (1984), *Ethical Journalism: A Guide for Students, Practitioners and Consumers*, de P. Meyer (1987)³⁹. A l'instar des travaux étasuniens, en France, plusieurs ouvrages de référence sur la régulation des journalistes ont dépeint le médiateur de presse, tels que deux numéros de la collection 'Que sais-je?', *l'Ethique de l'information*, de D. Cornu (1997) et *La déontologie des médias*, de C.-J. Bertrand (1997). Ils y consacrent une dizaine de lignes, dans lesquelles ils apportent une définition de la fonction et procèdent à un bref historique. Plusieurs observateurs du champ journalistique cadrent la fonction de médiateur de presse dans les interrogations sur le fonctionnement des médias et la profession journalistique, et plus particulièrement associent cette fonction à la déontologie professionnelle des journalistes. Certaines définitions de la médiation de presse effectuées par des observateurs de l'espace journalistique se caractérisent par la description des activités professionnelles accomplies par les titulaires de cette fonction et par le recensement des besoins sociaux remplis.

l'AN Capital, quotidien régional de Santa Catarina, a évalué son expérience dans la revue de communication *Chasqui*, éditée au Chili.

³⁸ In : Ferenczi, T. (1998) « L'esprit de dialogue. France/médiateur », *Médiaspouvoirs*, (4/nouvelle série), pp. 106 -108 ; Solé, R. (1999a) « Le médiateur » Colloque Presse et télévision. Concurrentes, adversaires ou partenaires ?, à la Fondation Singer Polignac. *L'Audiovisuel. Communication & Société* (5), (1999b) « Le médiateur du Monde », *Les cahiers du journalisme* (6), pp. 32 - 34.

³⁹ Nous avons eu accès à la traduction brésilienne de ces trois ouvrages – Goodwin, H. E (1993) *Procura-se ética no jornalismo*. Rio de Janeiro : Nórdica ; Meyer, P (1989) : *A ética no jornalismo. Um guia para estudantes, profissionais e leitores*. Rio de Janeiro : Forense Universitária ; Schmuhl, R. (1985) : *As responsabilidades do Jornalismo. As questões da ética no país de maior liberdade de expressão*. Rio de Janeiro :Nórdica. Nos citations en proviennent, et en l'occurrence, il y a une discordance entre la date et la page de leurs publications et les références bibliographiques des citations. Au reste, ces ouvrages font partie de la bibliographie sur la déontologie des journalistes organisée par C.-J. Bertrand et était, au début 2000, disponible au site <http://www.u-paris2/ifp/Deontologie/biblio/html>. Dans cette liste, les ouvrages de H. E. Goodwin et P. Meyer étaient classés dans l'item 'Déontologie', alors que celui de R. Schmuhl était parmi les travaux sur la 'Responsabilité Sociale'.

Pendant les années 1970, à l'instar du rapport de la commission sur le flux et les échanges d'informations inégaux des rapports Nord/Sud accueillie par l'Unesco et dirigée par l'irlandais S. MacBride, la médiation de presse était fréquemment associée aux conseils de presse. De fait, dans le rapport MacBride, l'*ombudsman*⁴⁰ figurait dans le chapitre consacré aux conseils de presse. Originaire de la Suède, cet *ombudsman* était officiellement nommé pour recevoir de plaintes de lecteurs de tous les journaux et travaillait conjointement au conseil de presse national. S. MacBride recommandait tant l'*ombudsman* que le conseil de presse comme une issue aux immixtions venant de l'extérieur de la profession journalistique ou des médias. Ainsi, il considère ces deux « mécanismes volontaires, s'ils ne garantissent pas une objectivité parfaite, évidemment irréalisable, n'en seraient pas moins infiniment préférables à une intervention gouvernementale contre la liberté de publier » (MacBride, 1980, 308).

Par la suite, c'est un autre usage de l'appellation 'médiateur de presse' qui est abordé par les spécialistes de la déontologie professionnelle des journalistes. Trois ouvrages étasuniens mentionnés supra sur la déontologie et la 'responsabilité sociale' des journalistes, publiés dans les années 1980, vont traiter de médiation de presse comme une fonction installée dans un média spécifique, exercée par des personnes chargées de recevoir les réclamations des lecteurs et d'élaborer une autocritique du média. A cette description des activités professionnelles des médiateurs sont tirées des conséquences et des caractérisations des finalités de la fonction qui divergent de l'autorégulation comme moyen d'échapper aux interventions du pouvoir public. H. E. Goodwin classe les médiateurs parmi les mécanismes qui vérifient les pratiques professionnelles des médias et « surveillent les surveillants ». L'avantage du médiateur de presse, selon H. E. Goodwin, serait de permettre la participation du lecteur. De son côté, P. Meyer (1989), distingue les médiateurs comme des « mécanismes indépendants d'auto-analyse » des médias et qui font écho aux demandes de transparence des médias, équivalents à celles que les médias demandent aux autres institutions. Contraire à toute forme de régulation externe, l'ouvrage de R. Schmuhl s'inscrit dans l'approche de la responsabilité sociale des médias et des journalistes. L'auteur répertorie les mécanismes d'autorégulation dont le renforcement aiderait à écarter les « propositions idéalistes et naïves de création de nouveaux et de différents instruments de contrôle » (Schmuhl, 1985, p. 25). Ainsi, le médiateur de presse est placé parmi les sentiers qui peuvent améliorer les pratiques professionnelles et parmi les moyens qui amplifient la crédibilité des médias. Ainsi, comme

⁴⁰ Dans cet ouvrage, il n'était employé que le terme *ombudsman*.

les deux autres auteurs, R. Schmuhl produit une description des tâches effectuées par le médiateur de presse qui se confond avec celles distinguées par l'ONO ; le médiateur est présenté comme l'« arbitre neutre pour enquêter et pour répondre aux réclamations » des lecteurs et comme le critique interne qui a la « responsabilité de vérifier si la copie est exacte, juste et équilibrée ou si elle a des défauts qui peuvent donner au public une fausse impression de la nouvelle » (Schmuhl, 1985, pp. 16 – 25). Ces définitions applaudissent les résultats obtenus par la fonction et la présentent comme source d'autorégulation de la profession journalistique et de participation du public dans les médias.

Au-delà des frontières des Etats-Unis, le médiateur de presse intègre d'autres ouvrages de référence sur la déontologie des médias et du journalisme. C'est la fonction telle qu'elle a été façonnée aux Etats-Unis qui y est délimitée. Dans *l'Ethique de l'information*, D. Cornu (1997, pp. 25 – 26), directeur du Centre Romand de Formation des Journalistes et enseignant à l'Université de Neuchâtel, dispose le médiateur de presse parmi les instruments de déontologie du journalisme. D. Cornu trace le profil et les activités professionnelles accomplies par la personne occupant la fonction ; il est notamment un « journaliste d'expérience et respecté, rattaché à une entreprise médiatique particulière. Opérant dans les journaux, il peut être considéré aussi comme le 'représentant des lecteurs' [...]. C'est lui qui reçoit et traite les plaintes du public. Il agit à l'intérieur de la rédaction, auprès des journalistes concernés. En outre, il rédige ordinairement, à l'intention des lecteurs une chronique régulière, dont la nature peut varier : simple introduction à la publication des lettres de lecteurs, selon les thèmes traités, ou analyse critique du travail de la rédaction ». Une autre définition de médiateur de presse figure dans l'ouvrage *La déontologie des médias*, de C.-J. Bertrand, professeur émérite de l'Institut Français de Presse, à Paris, et spécialiste de déontologie et de la presse anglo-saxonne. Cet auteur attribue au médiateur le rôle d'« écouter les usagers mécontents, de faire une enquête et, dans les cas importants, de publier ses conclusions dans une chronique hebdomadaire. Il ouvre une porte au public, lui prouve qu'on est prêt à écouter ses critiques » (Bertrand, 1997, p. 94). Ces deux chercheurs localisent la création du poste de médiateur de presse aux Etats-Unis, à la fin des années 1960 et, dans des ouvrages sur la déontologie et l'éthique du journalisme, distinguent, chez le médiateur de presse, l'autorégulation professionnelle et la relation avec le lecteur. Au Brésil, une étude sur le médiateur de presse apporte une semblable caractérisation de la fonction. Journaliste et chercheur en communication, J. F. Mendes⁴¹ (1999) rapporte que « dans la plupart des cas, le

⁴¹ La traduction en anglais de son travail est accessible sur le site Internet de l'ONO.

médiateur de presse a trois fonctions : écouter les lecteurs, écrire un bulletin quotidien critiquant le journal (qui circule internement entre les journalistes de la publication) et préparer une chronique hebdomadaire à être publiée ».

Avec la troisième modalité, nous passons aux études universitaires dont le médiateur de presse est le sujet principal. Ce sont des articles et des mémoires inscrits dans les disciplines de l'information et de la communication, de la linguistique ou de la sociologie. La liste des études sur la médiation de presse n'est pas étendue, ce qui peut s'expliquer par l'intervalle de temps assez court écoulé depuis l'introduction de la fonction de médiateur de presse. Du reste, aucun de ces travaux n'a traité à la structuration de la fonction, ni à l'approche comparative des postes de médiateurs de presse, soient-ils dans le même pays. Au Brésil, nous avons recensé deux mémoires de *mestrado*⁴² sur l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* ; l'un produit par E. C. Azevedo (1992) qui, avec des outils linguistiques, identifie des aspects de l'intertextualité dans les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha*⁴³ et l'autre réalisé par J. F. Mendes⁴⁴ (1998), qui, à travers l'analyse du discours, a pour objectif de déceler les singularités du discours de l'*ombudsman* par rapport à d'autres textes du journal, notamment l'usage des déictiques du sujet parlant et des moyens d'interpellation des lecteurs. En examinant les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* parues en 1996, dans le travail intitulé *A relação do ombudsman com o público no discurso do ombudsman da Folha de S. Paulo (Le rapport de l'ombudsman avec le public dans le discours de l'ombudsman du Folha de S. Paulo)*, J. F. Mendes procède au comptage des occurrences de mots-clés – comme 'lecteur', 'public', 'plainte', 'média', 'presse', 'ombudsman', 'je', 'vous', 'journaliste', 'journal', 'qualité', 'faute', 'correct', 'meilleur', 'pire' – et procède à la contextualisation des termes 'lecteur(s)', 'journaliste(s)' et 'ombudsman(s)' et des pronoms personnels de la première et de la deuxième personne. Les auteurs de ces deux mémoires se concentrent donc sur la dimension linguistique des chroniques des médiateurs de presse, et plus précisément, sur les stratégies discursives utilisées par les titulaires de la fonction dans les chroniques qu'ils signent en tant qu'*ombudsman*.

De même que l'attention de ces deux chercheurs brésiliens est retenue par l'analyse des textes publiés dans les pages du *Folha de S. Paulo*, les chercheurs français ont examiné la

⁴² Il s'agit de l'équivalent brésilien du D.E.A.

⁴³ Azevedo, E. M. C. de (1992) *Aspectos da Intertextualidade na Coluna do Ombudsman da Folha de S. Paulo*. Mémoire de Mestrado en Portugais, PUC/São Paulo.

⁴⁴ J. F. Mendes a publié des articles de synthèse de son mémoire dans les bulletins de deux organismes d'observations des pratiques journalistiques brésiliennes, dont la traduction de l'un d'eux est disponible sur le site Internet de l'ONO. Il prépare le lancement d'un livre sur l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, ce qui doit être le premier ouvrage universitaire sur la médiation de presse.

médiation de presse du *Monde* par le biais des chroniques des titulaires de ce poste. Nous avons des travaux de chercheurs et auteurs d'une longue liste d'études sur l'activité journalistique. La médiation de presse elle-même a intéressé les chercheurs moins que les mutations du groupe professionnel journalistique dont les chroniques des titulaires de la fonction serait témoin. Y. Lavoine (1995) analyse, dans l'article « Le monde de l'écriture : l'écriture du *Monde* (Autour des chroniques d'André Laurens 1994)⁴⁵ », les chroniques du premier médiateur de ce quotidien publiées entre l'introduction de la fonction, en avril 1994, et le changement de la formule du titre, en janvier 1995. Son objectif était de déceler les représentations de la profession journalistique et les éléments significatifs de l'identité professionnelle des journalistes véhiculés par le texte du médiateur du *Monde*. L'auteur ne s'intéresse pas à la fonction de médiateur de presse, au point de ne pas en offrir de définition.

Au début 2000, P. Champagne⁴⁶ publie l'article « Le médiateur entre deux *Monde*. Transformation du champ médiatique et gestion du capital journalistique », dont l'ambition est d'analyser sociologiquement les chroniques des personnes occupant la fonction pour mettre en lumière les changements de l'espace journalistique, spécialement l'emprise de la logique économique comme facteur de dysfonctionnement des médias. Nostalgique d'un mytique *Monde*, caractérisé par le respect des choix éditoriaux et rédactionnels mis en place au moment de la création du journal, P. Champagne repère, dans les chroniques des trois premiers médiateurs du quotidien, les signes du consentement à la logique du marché, affleurée par la nouvelle formule. De plus, l'auteur déplore que le 'nouveau *Monde*⁴⁷, devienne « un journal (presque) comme un autre » en légitimant « un mode de production de l'information de plus en plus dominé par l'économie » (Champagne, 2000, p. 12 et 29). Ces deux travaux français discernent le médiateur de la presse tantôt comme un dispositif de la représentation de l'écriture de presse (Lavoine, 1995), tantôt comme l'objet de signification d'une perte de légitimité du *Monde* (Champagne, 2000). Dans ces travaux réalisés au Brésil et en France, la démarche consiste à évaluer un aspect de la médiation de presse, par l'analyse des chroniques de son ou ses titulaires. Au total, ces études brésiliennes et françaises sur la

⁴⁵ Cet article a été présenté dans le cadre d'un colloque sur « L'identité professionnelle des journalistes », organisé par M. Mathien et R. Rieffel.

⁴⁶ Apparu dans le dossier « Le Journalisme et l'économie », de la revue *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, cet article s'insère dans le prolongement des travaux dirigés par P. Bourdieu, à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales. La problématique de recherche déployée était déjà présente dans l'article « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre le champ politique, économique et journalistique », paru dans la revue *Hermès* (17-18), en 1995, où il développe l'hypothèse que le journalisme évolue entre deux principes de légitimation professionnelle, l'un intellectuel et l'autre économique. Par ailleurs, dans divers travaux, P. Bourdieu (1994, 1995, 1996a, et 1998) examine les contraintes du marché qui affectent et déstructurent le champ journalistique.

⁴⁷ Terme utilisé par le journal pour désigner les changements de formule et repris par ce chercheur.

médiation de presse insistent peu sur la médiation de presse en tant que groupement professionnel.

Assembler des approches

Notre mémoire envisage autrement la fonction de médiateur de presse. Il ne sera pas question, à l'inverse de ces recherches brésiliennes, d'analyser les caractéristiques linguistiques des textes produits par les titulaires de la fonction de médiateur d'un média d'information spécifique, ni, contrairement aux travaux français mentionnés, d'examiner, chez le médiateur, les traits de l'identité professionnelle des journalistes. Or, ce travail sera bâti en deux étapes.

Dans la première partie, notre travail débouchera sur le processus d'émergence et de construction de la représentation paradigmatique de la médiation de presse effectuée et mise en circulation par des agents professionnalistes étasuniens. Nous puiserons à ces sources, qui sont étrangères au Brésil et en France, parce que les actions des agents collectifs étasuniens demeurent les principaux instruments de diffusion et de modélisation de la médiation de presse. Ainsi, nous nous acheminons vers *La genèse et la modélisation de la médiation de presse*. D'abord, dans le chapitre sur les divers *concepts et conceptualisations des phénomènes de médiation* (1), il s'agira de situer la médiation de presse parmi d'autres phénomènes sociaux qui reçoivent également l'appellation de médiation. Ces phénomènes ont été mis en pratique et/ou étudiés par J.-P. Bonafé-Schmitt (1992), M. Guillaume-Hofnung (1995), J. Faget (1995), E. Le Roy (1995), J.-F. Six (1995). Ensuite, ce sera le moment d'analyser les origines, les efforts de modélisation, les arguments de la légitimation de la médiation de presse, à travers l'examen de la « *mise en récit* » et des « *'modèles' de médiateur de presse* » (2), des efforts de *modélisation dégagés des études* et du matériel de divulgation de l'ONO (3), des *mesures* conçues et/ou prises pour renforcer et pour assurer l'*autonomie des médiateurs* (4) et des points nodaux de l'*argumentation* légitimatrice de la médiation de presse (5). Pour le faire, nous allons explorer les traces documentaires revendiquées comme l'origine de la médiation de presse, notamment deux articles publiés par la presse étasunienne en 1967 qui sont souvent mentionnés comme les événements fondateurs de la fonction. Seront aussi examinés le matériel de divulgation de l'ONO, des articles

universitaires, des articles de presse écrits par les médiateurs de presse, des chroniques de personnes occupant la fonction.

C'est dans le deuxième volet – *La médiation de presse au Folha de S. Paulo et au Monde* – que nous nous attacherons à étudier les médiateurs de presse de ces deux quotidiens brésilien et français. Nous commencerons par regarder la manière dont la fonction de médiateur de presse a été transportée et installée dans deux quotidiens, appartenant à deux espaces sociaux différents, à travers la *contextualisation de l'introduction de l'ombudsman*, au *Folha de S. Paulo* (6) et du médiateur, au *Monde* (7), et la caractérisation du *discours de légitimation et de justification* de ces deux postes de médiateur de presse. Dans l'éventail de questions et de problématiques déployées par le médiateur de presse, la rhétorique de légitimation et de justification de la fonction et les modalités d'appréciation des critiques des lecteurs et des pratiques professionnelles des journalistes retiendront notre attention. Pour ce faire, nous nous proposons d'examiner plusieurs strates de documents ; en plus des sources explorées dans la partie précédente, nous allons recourir aux chroniques des médiateurs de presse publiées du début de l'année 1994 à la fin du premier semestre de 1999 et à des entretiens avec trois titulaires de la fonction – deux *ombudsmen* du *Folha de S. Paulo* et un médiateur du *Monde*. Pour l'analyse de ces matériaux, nous allons combiner l'examen de leur dimension sémiologique avec celui de leur dimension sociologique, en tant que groupement professionnel de journalistes. Cette approche implique de mettre à l'écart certaines perspectives théoriques qui ne distinguent dans les médias que des logiques économiques et sémiologiques⁴⁸ et qui ont une portée limitée dans le cadre d'une analyse visant à comprendre les enjeux de la fonction de la médiation de presse et du groupe professionnel des journalistes. Ensuite, nous allons consacrer deux chapitres à l'étude des *activités professionnelles* des titulaires de la fonction et aux *propriétés formelles* des chroniques de l'*ombudsman* de la *Folha de S. Paulo* ? (8) et du médiateur du *Monde* (9). Ainsi, ces deux chapitres vont successivement abriter l'exposition du statut professionnel des titulaires et les caractéristiques des textes produits par les médiateurs de presse des deux quotidiens en étude.

Dans la suite de notre travail, il sera question d'analyser la modélisation de la fonction de médiateur de presse au *Folha de S. Paulo* et au *Monde* qui ressort des chroniques des

⁴⁸ Pour illustrer notre propos, prenons l'exemple venant des filières linguistiques. P Charaudeau affirme que « considéré d'un point de vue empirique, on peut dire que les médias d'information (...) fonctionnent selon une double logique : une logique *économique* selon laquelle tout organe d'information agit comme une entreprise avec pour finalité la fabrication d'un produit qui se définit par la place qu'il occupe sur le marché d'échange des biens de consommation (les moyens technologiques mis en œuvre pour le fabriquer font donc partie de cette logique) ; une logique *sémiologique* (au sens large) selon laquelle tout organe d'information doit être considéré comme une machine produisant des signes (c'est-à-dire des formes et du sens), lesquels s'originent dans la partie de l'activité humaine qui s'emploie à construire du sens social. » (Charaudeau, 1997, pp. 9-10).

titulaires de la fonction. Et cela selon deux angles d'approche : la place attribuée à la reproduction des *communications envoyées par les lecteurs* et à la réponse qui leur est apportée d'une part, et les *critères d'appréciation et/ou de justification des pratiques journalistiques* d'autre part. Comme aux chapitres précédents, le premier chapitre sera consacré à l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* (10) et le second au médiateur du *Monde* (11). Dans le dernier chapitre, nous allons *confronter les modalités de la médiation* dans ces deux quotidiens (12).

Première partie

**LA GENESE ET LA MODELISATION DE LA MEDIATION DE
PRESSE : LA CONFIGURATION DE LA FONCTION AUX ETATS-UNIS**

Loin d'être l'unique phénomène social à être désigné ou à se faire désigner *médiation*, la médiation de presse partage cette appellation avec d'autres pratiques sociales. Une consultation aléatoire dans les médias d'information ou dans la presse universitaire montre les multiples usages des termes 'médiation' et 'médiateur'. Cela étant, notre dessein n'est pas de répertorier la totalité des usages du terme et des pratiques sociales portant cette appellation, ni de procéder au discernement d'une « mauvaise utilisation ou d'une mauvaise terminologie » (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 125), ce qui a déjà été effectué par certains observateurs de ce phénomène social. Ce travail s'orientera davantage vers la dynamique de l'appellation des pratiques sociales et la restitution du cadre d'usage des terminologies. Pour autant, nous allons inscrire notre démarche dans une perspective d'examen des efforts de qualification et de disqualification d'une activité professionnelle, à travers la manifestation de sa compétence (Trépos, 1992) et l'inclusion et l'exclusion de groupements dans l'espace social (Walter, 1995).

La rhétorique de justification et de légitimation d'un type de médiation, et non pas d'autres, mise en place par les acteurs se fait essentiellement sur l'espace public. En fait, pour se démarquer des activités concurrentes, le groupe professionnel va signifier sa compétence par des actes qui sont adressés à des publics variés, c'est-à-dire que le groupe va « effectuer un travail de manifestation de sa compétence » (Trépos, 1992, p. 41). L'appellation de l'activité du groupe a une place capitale dans la manifestation de compétence. Les acteurs sociaux entrent en compétition pour s'imposer comme l'unique groupement apte à porter un titre, par le biais du monopole de l'usage du terme, ou pour s'affirmer comme le groupe qui a la capacité de statuer sur ceux qui peuvent également porter cette appellation. La détention d'un titre est la manifestation du clivage entre ceux qui ont certaines compétences et ceux qui ne les ont pas. Se faire reconnaître sous une appellation, c'est faire accepter que les autres ne disposent pas du même savoir, de la même capacité à accomplir un acte professionnel qui satisfait à un besoin social. Il s'agit alors d'un processus d'inclusion et d'exclusion des acteurs dans l'espace social (Walter, 1995).

Les divers usages sociaux du terme médiation peuvent donc être caractérisés comme des processus de manifestation de la compétence professionnelle. Les positionnements des acteurs face à l'emploi de cette appellation peuvent témoigner de la restriction de l'usage du titre et de la revendication du monopole de la compétence, de l'acceptation de l'inclusion d'autres acteurs disposant de certaines compétences et de l'ample acceptation de l'emploi de l'appellation. Tous ces positionnements équivalent à des logiques sur la professionnalisation de l'activité. Ce sont des argumentations de différenciation des activités qui s'appuient sur les acquis professionnels – l'exigence de qualification, le suivi d'une formation, l'obtention d'un

diplôme et/ou l'expérience sur le tas – l'exercice exclusif ou partagé avec d'autres activités, l'existence ou non de rémunération. Ainsi, ces positionnements recourent les étapes du processus de professionnalisation, schématisées par l'approche fonctionnaliste de la sociologie des professions, dans lequel les groupes professionnels vont se doter de dispositifs pour faire preuve de leur compétence professionnelle. Le discours de dénonciation de l'usage de la terminologie 'médiation' va s'ancrer dans la distinction de la satisfaction des degrés de professionnalisation, codés par H. Wilenky (1964, cité par Dubar et Tripier, 1998, p. 90).

En plus de l'appellation, d'autres aspects des activités professionnelles entraînent des luttes de classement et des mouvements d'inclusion et d'exclusion de fractions du groupe. J.-Y. Trépos (1992) en répertorie encore la définition, les conditions d'accès, la rémunération et la position occupée sur dans l'organigramme salarial d'une entreprise. Ainsi, ces dimensions des activités professionnelles découpent l'espace social. Lorsque les agents professionnalistes, les titulaires de la fonction et les observateurs extérieurs établissent ou divulguent une définition de la fonction, cela entraîne nécessairement d'une part la ratification et/ou la promotion d'une fraction du groupement professionnel, et d'autre part, la disqualification et/ou le désavantage d'une autre fraction.

La définition appelle à la distinction de ceux qui sont des médiateurs plus que d'autres, en mettant en avant une manière d'envisager le métier et/ou un acte professionnel qui serait le plus significatif. La mise en évidence des diverses formulations de la définition et de la formalisation de la médiation de presse ne vise pas à distinguer ceux qui auraient davantage de légitimité à revendiquer et à porter ce titre. Notre dessein est de montrer les conflits et la dynamique de définition du modèle paradigmatique de la fonction. Sous cet angle, il n'est pas productif de désigner laquelle, parmi les conceptions qui revendiquent la primauté et l'originalité de la médiation de presse, est la plus adéquate, laquelle porte le mieux le titre de médiateur. Il n'appartient pas au chercheur de trancher et d'affirmer quels sont les agents qui possèdent une légitimité pour se réclamer du titre et de la souveraineté du groupe. La définition de la médiation de presse est donc un enjeu symbolique qui garantit la légitimité d'une certaine manière de faire de l'activité professionnelle.

La construction d'une représentation paradigmatique du médiateur de presse et d'un modèle de la fonction de médiation de presse sont les principaux objets de cette partie de notre travail. Nous allons examiner les dispositifs d'argumentation déployés par les titulaires de la fonction et par les agents professionnalistes et qui participent au travail de légitimation et de reconnaissance de la fonction de médiateur de presse, non pas seulement au Brésil et en France, mais dans d'autres pays. Notre attention sera portée sur les dispositifs – de personnes

et de choses – par lesquels la médiation de presse se donne à voir et qui sont destinés à des publics variés – aussi bien les membres de l’espace journalistique, depuis les rédactions et les directions des médias dans lesquels la fonction est présente ou absente, jusqu’au public en général – dans le but de justifier et légitimer l’existence et les actions du groupement. Autrement dit, il s’agit d’actions par lesquelles le groupe professionnel met en circulation l’argumentation de sa compétence professionnelle en l’adressant à un public externe (Trépos, 1992, pp. 41 et suivantes). Centrer l’analyse sur l’argumentation des collectifs et des agents ‘professionnalistes’ offre certains avantages : ils sont normalement les principaux réalisateurs et diffuseurs de la modélisation professionnelle et ces formulations se propagent dans plusieurs dispositifs (Walter, 1995, 1997).

Les efforts de définition et de formalisation de la médiation de presse effectués par les observateurs externes précédent, prolongent et s’imbriquent dans l’argumentation de la fonction diffusée par les associations professionnelles et les personnes occupant ces postes. La fonction de médiateur au *Folha de S. Paulo* et au *Monde* n’est pas détachée de la modélisation orchestrée avant que ce concept ne soit implanté en Amérique du Sud et en Europe. Il n’est donc pas encore possible d’analyser la médiation de presse sans évoquer la modélisation de la fonction mise en place par les nord-américains. Ainsi, pour circonscrire la notion de médiateur de presse, il est rendu nécessaire de mettre en relation l’émergence et la construction de la représentation paradigmatique du médiateur de presse aux Etats-Unis et cette fonction au Brésil et en France.

Notre regard sera essentiellement axé sur l’argumentation professionnelle des médiateurs de presse façonnée et propagée par l’ONO – *Organization of News Ombudsmen* –, parce que cette association est le principal agent professionnaliste du médiateur de presse. Ce positionnement trouve sa justification dans la position de l’ONO dans l’espace professionnel. Plus qu’une association rassemblant les détenteurs du titre de médiateur et ceux de postes ‘analogues’, l’ONO est la principale organisation de codification et de publicisation de la compétence professionnelle des médiateurs de presse. Plusieurs points du répertoire argumentatif de la médiation de presse émanent de la modélisation accomplie par l’ONO. Ce sont des pans entiers du modèle de médiateur de presse – la mise en récit de son histoire, sa définition, la mise en place de mesures pour attester son autonomie à l’égard des entreprises de presse, la mise en circulation d’un inventaire de points favorables et défavorables à la fonction – qui proviennent de dispositifs solidifiés par cette association. Et cela est valable pour l’ombudsman du *Folha de S. Paulo*, au Brésil, et pour le médiateur du *Monde*, en France. En effet, au *Folha de S. Paulo* et au *Monde*, la médiation de presse n’est pas dissociée

du modèle de médiateur de presse élaboré aux Etats-Unis. Au contraire, en dépit des spécificités de chaque poste de médiateur de presse, le modèle paradigmatique mis en circulation par l'ONO est suivi, souvent avec un certain nombre d'adaptations, par plusieurs médias d'information qui implantent la fonction. En fait, la configuration de certaines fonctions de médiateurs de presse exerce un effet de halo qui intervient dans la configuration d'autres médiateurs de presse.

Lorsque les titulaires de la fonction de médiateur consacrent des efforts argumentatifs pour valider leurs activités, la mention des actions de l'ONO et d'autres médiateurs de presse, quelquefois de pays lointains, a fréquemment lieu. Une liste de situations dans lesquelles s'entremêlent les postes de médiateur de presse peut être aisément dressée. Par exemple, aussi bien le médiateur du *Monde* que l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* soutiennent que leurs fonctions sont inspirées de l'expérience américaine ; les conférences annuelles de l'ONO sont rapportées par les médiateurs dans les colonnes de leurs journaux¹ ; le contenu des chroniques d'un autre médiateur², des extraits des *newsletters* de l'ONO, des résultats de sondages réalisés par l'ONO sont occasionnellement repris et commentés dans les chroniques des médiateurs de presse³ et le site Internet de l'ONO⁴ présente des textes de médiateurs de presse – en exercice ou anciens titulaires de la fonction – et d'autres membres de la hiérarchie des entreprises de presse qui ont participé ou soutenu la création de cette fonction.

¹ A l'exception de l'actuel titulaire du poste, au *Folha de S. Paulo*, les *ombudsmans* ont, après y avoir participé, rendu compte de toutes les conférences de l'ONO, qui se trouvent dans les chroniques : J. N. de Sa, « Em busca de mais qualidade » (08/05/1994) ; M. Leite, « Oklahoma City – Fort Worth » (14/05/1995) ; M. Leite, « Questões de sobrevivência » (19/05/1996) ; M. V. Santos, « Entre Robin Hood e Madre Teresa de Calcutá » (11/05/1997) ; R. Lo Prete, « Conversa de ouvidores » (17/05/1998). Les médiateurs du *Monde* fréquentent et parlent moins des conférences de l'ONO. Les chroniques « Ombudsman de tous les pays... », de T. Ferenczi (12/05/1997), et « Médiateurs de tous pays... », de R. Solé (04/06/2000), ont eu comme sujet les congrès annuels de l'association.

² Dans sa chronique « Soyez le rédacteur en chef, testez votre éthique » (« Seja o editor, teste sua ética »), du 27/04/1997, l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* M. V. Santos soumet aux lecteurs « cinq cas de dilemmes éthiques » (« cinco casos de dilemas éticos »). En mai 1995, son prédécesseur, M. Leite avait rapporté une initiative similaire procédée par un ombudsman étasunien : en avril 1995, suite à l'attentat à la bombe à Oklahoma, plusieurs journaux publient la photographie d'un pompier portant dans ses bras une petite fille sans vie. Nombre de lecteurs du quotidien régional *Fort Worth Star-Telegram* se sont plaints de cette photo choc. À l'occasion, l'ombudsman P. Record a demandé, dans sa chronique, aux lecteurs de donner leur opinion. Avec le titre « Soyez vous-même le rédacteur en chef », il sollicitait les lecteurs en leur demandant quelle serait l'option qui serait la leur : Publier, ne pas publier ou publier en taille réduite.

³ Voir par exemple au *Monde* T. Ferenczi, « Un coup de semonce américain » (28/04/1997), et au *Folha de S. Paulo* : M. Leite, « Globalização e qualidade » (03/03/1996) et M. Leite, « A revolução de 1997 » (29/12/1996).

⁴ Les principaux moteurs de recherche sur l'Internet conduisent sur les mots-clés 'ombudsman' et 'news' au site de l'ONO, à l'adresse <www.newsombudsmen.org>. En 2002, on y trouvait une présentation de l'association, des liens hypertextes pour visualiser des exemples de la production de certains ombudsmans, les articles de presse (le dossier de presse) et des revues universitaires sur la fonction, et le programme de la conférence annuelle, la reproduction de la brochure, la relation des membres, qui comporte les actifs, c'est-à-dire les membres de l'ONO en activité titulaires des postes de médiateurs de la presse ou de fonctions analogues, et les associés, composés d'universitaires et de membres d'organismes.

Le passage par les Etats-Unis se fera par le moyen du dépouillement des objets qui ont précédés, secondés et succédés à la genèse de la médiation de presse. Il s'agit des textes (considérés comme) fondateurs de la médiation de presse, des articles sur la fonction parus dans des revues spécialisées en journalisme, et de la documentation rassemblée sur le site Internet de l'ONO (brochure, essais, articles, enquête, liste de membres). L'avantage d'un détour par la construction effectuée par l'ONO réside dans le repérage d'un ensemble de possibles, sur lesquels aurait pu se construire la médiation de presse. Ce passage par la médiation de presse aux Etats-Unis inspire les questions suivantes : Qu'est ce que la médiation de presse ? Que concerne-t-elle ? Quelle est son histoire ? Quels sont les modèles, les missions, les attributions et les statuts du médiateur de presse ? Quelles sont les mesures prises par les entreprises de presse et par les associations professionnelles pour assurer son indépendance et l'accomplissement de ces tâches ?

Nous allons commencer par les phénomènes sociaux qui portent ou revendiquent l'appellation de médiation (1). Ensuite, nous passerons à l'examen de la *mise en récit* et des *modèles* de la médiation de presse (2). Ce travail de conviction est présent dans l'agencement et la *mise en récit* de l'histoire du groupe, la distinction de *modèles* de médiation de presse et la fixation d'un professionnel paradigmatique. Ensuite, nous analyserons les *études* sur la fonction de médiateur (3). Certaines études ont précédé la formation de l'association de médiateurs de presse, ont contribué à forger une définition de la fonction et à diagnostiquer certains écueils et certaines faiblesses de la médiation, qui reviendront assez souvent dans les écrits sur la fonction. L'ONO, créée en 1980, ne reste pas indifférente à cette situation ; en témoignent la mise en circulation d'une brochure⁵, d'un inventaire de *mesures* prises en vue d'assurer l'*autonomie du médiateur de presse* face à la direction de l'entreprise que nous examinerons au chapitre (4). Enfin, nous analyserons les *arguments* aux résistances des médias (5) par lesquels les médiateurs de presse et les agents professionnels essaient de s'opposer aux obstacles de la fonction.

⁵ Matériel de divulgation de l'association, elle est envoyée à tous les adhérents et est reproduite sur son site. Selon Maezawa (1999), la première édition a été diffusée en juillet 1993 et la seconde en septembre 1999. À caractère de vulgarisation, elle est organisée en questions et réponses courtes et synthétisées. Les questions sont : « Qu'est-ce qu'un ombudsman ? » ; « Qu'est-ce qu'un ombudsman de presse ? » ; « Pourquoi un journal ou un média audiovisuel devraient-ils avoir un ombudsman ? » ; « Comment les ombudsmans de presse travaillent-ils ? » ; « Comment le public en profite-t-il ? » ; « Qui le paye ? » ; « Est-elle une idée nouvelle ? » ; « Sont-ils toujours appelés 'ombudsmans' ? » ; « Qu'est-ce que l'Organisation des Ombudsmans de Presse ? » ; « Quels sont les objectifs de l'ONO ? » ; et « Qui peut se rejoindre à l'ONO ? » « What is an ombudsman? » ; « What is a news ombudsman? » ; « Why should a newspaper or broadcaster have an ombudsman? » ; « How do news ombudsmen work? » ; « How does the public benefit? » ; « Who pays? » ; « Is this a new idea? » ; « Are they always called 'ombudsmen'? » ; « What is the Organization of News Ombudsmen (ONO)? » ; « What are ONO's purposes? » ; « What happens at the organization's annual conference? » ; « Who may join the Organization of News Ombudsmen? ».

1 Concepts et conceptualisation de la médiation

La lecture d'ouvrages français de référence sur la médiation concomitamment à la mise en chantier de l'analyse de la médiation de presse fait ressortir, tout d'abord, la frappante disparité entre la 'médiation' systématisée dans ces travaux et les propriétés constitutives. Ensuite, cela peut conduire à l'impression de, en allant de la 'médiation' à la médiation de presse, passer du coq à l'âne et, enfin, à se poser tout bonnement des questions telles que « La médiation de presse est-elle à proprement parler une médiation ? » et « Le médiateur de presse est-il effectivement un médiateur ? ». Qui plus est, la médiation de presse est tout au plus sommairement traitée dans les ouvrages sur la médiation publiée après 1994¹, à savoir : on mentionne la création de la fonction au *Monde*, et, postérieurement, à France Télévision. Ainsi, à travers ces œuvres, il est malaisé de restituer les similitudes entre la médiation de presse et d'autres phénomènes de médiation, ce qui peut disqualifier la médiation de presse dans sa revendication à être un phénomène de médiation.

On peut alors supposer que la médiation de presse bénéficie de l'« appellation prestigieuse » de la médiation, mise en circulation par des « utilisateurs intempestifs » (Guillaume-Hofnung, 1995, pp. 4 et 126), tandis que l'emploi de ce terme, qui « apparaît comme un fourre-tout », « est presque un tic dans les journaux et magazines » (Six, 1995, pp. 21 et 23). En tant qu'acteurs d'un espace social ; M. Guillaume-Hofnung et J.-F. Six prétendent jouer le rôle d'arbitres capables de déterminer quels agents ont légitimité à revendiquer et à porter un titre ou une fonction, et d'acquiescer le savoir professionnel de certains, et, à l'opposé, de dénoncer des agents qui s'attribuent une position dans un espace

¹ Date de l'introduction de la fonction dans le quotidien *Le Monde*.

professionnel. Notre objectif est distant d'un classement hiérarchique de phénomènes de médiation. Nous avons l'intention de faire état de plusieurs positions des agents pour appréhender les enjeux de la revendication d'une compétence professionnelle. Ainsi nous commencerons ce chapitre par les usages décrits dans les dictionnaires des termes 'médiation' et 'médiateur', qui sont à géométrie variable et qui recouvrent une profusion de sens et d'emploi dans plusieurs domaines. De ce fait, l'approche sémantique et historique pourra concourir à l'élucidation des usages des termes. Ensuite nous distinguerons les enjeux de la systématisation de la médiation.

1.1 Les termes dans les dictionnaires

Dans la langue française, le terme médiateur est adopté comme l'équivalent du terme ombudsman, qui correspond, soit à un pôle de légitimation de la médiation, soit à un pôle déclassé. Débutons par la notion d'ombudsman dans la langue anglaise. Dans l'*Oxford English Dictionary*², le terme ombudsman est un mot-valise dérivé constitué de deux mots suédois – d'*ombud* et de *man* qui, comme en anglais, désigne « *an official appointed to investigate complaints by individuals against maladministration by public authorities*³ ». Ensuite, le dictionnaire rapporte chronologiquement l'introduction de cette fonction dans plusieurs secteurs d'activités, ce qui commence avec les premières expériences suédoises, lorsqu'en 1809, la fonction d'ombudsman a été créée pour protéger les citoyens contre l'administration publique⁴.

Dans le *Dictionnaire historique de la langue française*, dirigé par A. Rey (1992), l'entrée ombudsman est absente. Toutefois, ce mot est désormais inséré dans les éditions plus récentes de dictionnaires de la langue française et conserve la même acception et la même signification l'anglo-saxonne. Dans le *Petit Robert*, le mot *ombudsman* est étymologiquement un emprunt du suédois – formé par « *umbothsmathr*, *umboth* 'commission' et *mathr* 'homme' » –, est entré dans la langue française vers 1960 et désigne « dans les pays

² Oxford : Clarendon Press, 2ème édition, tome X, 1989.

³ « Un fonctionnaire nommé pour enquêter sur des plaintes des individus contre maladministration par les autorités publiques ».

⁴ En ce qui concerne les médias, on cite la création de la médiation de la presse en Suède en 1969, et il n'y a aucune référence à l'implantation de cette fonction dans la presse étasunienne.

scandinaves, [la] personne chargée de défendre les droits du citoyen face aux pouvoirs publics ». Le dictionnaire invite le lecteur à se rapporter aux termes analogues employés au Québec – « protecteur du citoyen » et en France – « médiateur ». Dans ce dictionnaire, le protecteur du citoyen reçoit un sens identique à l'ombudsman et désigne, au Québec, un « fondé de pouvoir de l'Assemblée nationale, nommé pour un mandat de cinq ans, ayant pour fonction de défendre les droits du citoyen face à l'administration gouvernementale ». Le mot médiateur accepte d'autres significations qui seront examinées plus attentivement ci-dessous, en commençant par ses usages étymologiques et historiques.

1.1.1 La médiation dans les dictionnaires

Présenté comme équivalent à « ombudsman », le mot « médiateur » a une utilisation plus vaste et ne se restreint pas à la désignation de la personne chargée de défendre les citoyens envers les autorités publiques. Les acceptions historiques des termes médiateur et médiation sont bien variées. Pour le terme médiation, A. Rey (1992) retient principalement l'emploi moderne de « 'entremise destinée à concilier les personnes, des partis' » utilisé en religion, à partir de 1541, et dès 1878, notamment en droit et en diplomatie. Employé dans le domaine de la didactique, ce terme prend la signification de « servir d'intermédiaire ». Selon A. Rey, le mot médiateur a été introduit dans la langue française vers 1265, dans un usage religieux, par la suite, vers 1355, il acquiert le sens de « 'personne qui s'entremet pour effectuer un accord' », dont la signification moderne vient particulièrement de l'« ombudsman » suédois.

De la même maison d'édition, *Le Petit Robert* reprend l'emploi moderne des termes médiation et médiateur et en rajoute d'autres, utilisés en musique, en droit du travail, en sciences et en géométrie. Ainsi, la médiation conserve les acceptions d'« entremise » dans des procédures diplomatiques et du « fait de servir d'intermédiaire », alors que médiateur, et son féminin, médiatrice, signifient toujours la « personne qui s'entremet » pour ménager un accord, et, dans la traduction d'« ombudsman » est « personnalité chargée de veiller au respect par les pouvoirs publics des droits des administrés, en centralisant et en réglant les litiges entre l'Administration et les particuliers ». Parmi ces différents usages, l'entremise entre des personnes ou des parties et la personne qui veille aux droits des administrés sont ceux qui nous intéressent dans ce travail.

Sous les termes médiation et médiateur, se placent des activités venant de champs d'action et d'espaces professionnels différents, comme la charge de Médiateur de la République et d'autres activités pratiquées dans le système judiciaire, dans l'administration publique, dans les entreprises privées vers les publics internes et externes, dans la famille, dans le quartier. On peut encore désigner ponctuellement un médiateur pour régler des conflits sociaux ou diplomatiques. La médiation amalgame de phénomènes qui se ressemblent tout en se dissociant, si bien que la traduction des termes a rapproché certains phénomènes au départ très différents. Ce qui aux Etats-Unis recevaient les désignations d'« ombudsman », d'une part, et, d'autre part, et de « conflict resolution » a, en se déplaçant vers la France, changé de terminologie et deux phénomènes différents ont été appelés « médiation ».

1.2 L'ombudsman

En 1992, la *Revue Française d'Administration Publique* publie le dossier « Médiateurs et Ombudsmans », dans lequel ces deux phénomènes sont examinés en regard de leurs similitudes. Sous ces désignations, se placent le « Médiateur de la République », en France, le « Défenseur du peuple », en Espagne, l'« Ombudsman », dans les pays scandinaves, le « Commissaire Parlementaire » en Grande Bretagne, et le « Protecteur du citoyen », au Québec. Dans ce dossier, le rapport de M. Le Clainche (1992), ancien délégué du Médiateur de la République, dispose toutes ces fonctions sous l'héritage du concept suédois, apparu en 1809, et qui n'avait pas leur configuration actuelle⁵. Une définition qui comprend les caractéristiques communes à tous ces ombudsmans est proposée par B. Delaunay (1999), dans l'ouvrage *Le Médiateur de la République*, de la collection « Que sais-je ? », qui les qualifie d'« organes non juridictionnels indépendants du pouvoir exécutif, pouvant être saisis gratuitement de réclamation des administrés contre la puissance publique, et disposant pour les traiter de pouvoirs d'instruction, de recommandation, de proposition et de pression, à l'exclusion de pouvoirs de décision, d'annulation ou de substitution » (Delaunay, 1999, p. 7 – 8).

⁵ L'ombudsman suédois reste pourtant la figure paradigmatique de ces « organes », au point que des observateurs affirment que le Médiateur de la République « ne pourra acquérir la stature de l'ombudsman suédois que si certains modifications sont apportées aux textes régissant l'institution » (Delaunay, 1999, p. 109).

Les ombudsmans ont notamment la mission de défendre le citoyen face à la puissance publique et, selon leur mode de désignation et d'action, sont divisés en deux grandes catégories : suivant la tradition scandinave, la majorité est composée par les 'ombudsmans parlementaires', élus par le Parlement et qui contrôlent l'Exécutif ; l'autre catégorie est composée par les 'ombudsmans administratifs' nommés par l'Exécutif pour améliorer les relations quotidiennes des services publics avec les administrés et pour assister ces derniers dans les conflits avec les pouvoirs publics (Le Clainche, 1992, p. 564 et Delaunay, 1999, p. 8). Institué par la loi du 3 janvier 1973, le Médiateur de la République français fait partie de cette dernière catégorie. Avec la finalité de régler de différends entre les citoyens et l'administration, lorsque cette dernière ne s'est pas conduite « conformément à sa mission de service public » ou que « l'application stricte du droit génère des iniquités » (Delaunay, 1999, p. 5), le Médiateur de la République est comparé, dans la presse généraliste, à un Robin des bois des administrés : « Chaque année, ce maquisard légal, ce Robin des bois institutionnel, vole au secours de quelques dizaines de milliers d'administrés, usagers, contribuables ou justiciables, réputés citoyens et pourtant réduits par les services de l'Etat au triste statut de quidam⁶ ».

Choisi en Conseil de Ministres pour un mandat de six ans, le Médiateur de la République est un médiateur qui surplombe tous les autres⁷ : chargé de « protéger les citoyens des excès du droit ou faire triompher le bon sens dans le maquis de la bureaucratie », « il applique ainsi le principe de l'équité, dont il est un vigoureux défenseur », et pour le faire, il a pouvoir légal de suggérer l'éloignement de la norme juridique⁸. Au demeurant, cette notion a été disséminée dans plusieurs pays et, au fil des années et à l'ombre de la légitimité et de la reconnaissance de cet ombudsman, d'autres activités se sont fondées sur le socle de la dénomination et de la définition de l'ombudsman ou du médiateur institutionnel, selon le classement mis en place par certains observateurs-agents de la médiation, comme J.-P. Bonafé-Schmitt, M. Guillaume-Hofnung et J.-F. Six.

Ainsi, d'autres activités ayant pour objectif la protection et la représentation d'un groupe ont reçu la désignation d'ombudsman ou de médiateur. Dans ce domaine, on discerne alors des définitions concurrentes de médiateur en tant que « personne neutre appartenant à l'entreprise, qui fournit une assistance informelle et confidentielle aux salariés et à la direction

⁶ In : R. Rivais « Le Robin des bois des administrés », *Le Monde*, 25/03/1997.

⁷ D'ailleurs, l'exclusivité de l'usage du terme médiation a été mise en question, lorsque le titulaire de la fonction a poursuivi en justice une association dont le nom comportait ce mot. In : R. Solé, « Le juge, l'arbitre et le passeur », *Le Monde*, 08/12/1995.

⁸ In : R. Rivais « Le Robin des bois des administrés », *Le Monde*, 25/03/1997.

dans la résolution des problèmes de travail, et dont la fonction n'est pas rattachée à la ligne hiérarchique⁹ », que personne qui règle des conflits des usagers avec les administrations, comme en matière d'environnement, ou résout des problèmes entre agents administratifs et usagers (Bonafé-Schmitt, 1992, p. 44), ou entre les consommateurs des produits d'une entreprise. Ces définitions concernent, en plus du Médiateur de la République, les médiateurs de l'Education Nationale, de la SNCF, du cinéma, du livre.

Au reste, l'institutionnalisation de la charge de Médiateur de la République, ses méthodes de travail et son statut, qui lui confèrent des pouvoirs trop puissants pour un médiateur, qui contrarient le rapprochement du Médiateur de la République avec d'autres configurations de la médiation. Néanmoins, en France, tous les inventaires de phénomènes de médiation intègrent le Médiateur de la République, alors que certains agents opposent les autres types de médiateurs institutionnels, considérés comme « médiation de fonctionnaire » à la médiation qui a l'ambition de résoudre des conflits ou de nouer des liens. Ainsi, si le médiateur institutionnel correspond à la définition donnée par les dictionnaires d'ombudsman.

1.3 La médiation : résoudre des conflits ou nouer des liens

En France, à partir de la fin des années 1980, plusieurs activités – laborieuses ou non – se sont dotées de la désignation de médiation. L'essor de ces activités et la floraison d'établissements de formation¹⁰ ont entraîné, chez les agents, la nécessité de la définir, de déterminer de frontières et de fixer des canons de ce(s) groupe(s) professionnel(s) en train de se constituer, en tenant compte de leurs activités et de leurs positions dans l'espace social. Ainsi, les caractérisations de la médiation sont en conformité avec leurs activités, et leurs manières d'envisager la médiation correspondent aux définitions paradigmatiques de ces phénomènes. Pour certains, le but était d'établir « une définition suffisamment rigoureuse pour rompre avec le syncrétisme qui menace la médiation, mais suffisamment large pour ne

⁹ Robbins, L., Deane, B. (1986) « The Corporate Ombudsman : a New Approach to Conflict Management », in *Negotiation Journal* (2/2) p. 47. Cité par Bonafé-Schmitt, 1992, p. 38.

¹⁰ Dans le secteur privé, on peut citer l'Institut de Formation à la Médiation, l'Institut Européen de Médiation Familiale, le Centre d'Etudes, de recherches, d'Accompagnement Familial et de Formation et l'Institut des Sciences de la Famille de l'Université Catholique, l'Institut de formation à la médiation et à la négociation de l'Institut Catholique de Paris, et dans le secteur public, on peut mentionner les Universités de Paris X, Paris V, de Provence, de Bourgogne, de Lyon (Bonafé-Schmitt, 1998, pp. 43-44 et Briant et Palau, 1999, p. 123).

pas la tronquer ou la scléroser » (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 4), c'est-à-dire ne pas trop élargir les frontières, sans pour autant trop les serrer.

De ce fait, les écrits de ces observateurs-agents se distinguent par les similitudes entre leur position et leur pratique professionnelle et la modélisation de la médiation qu'ils produisent. Certains de ces travaux essaient d'établir la catégorisation des phénomènes dignes d'être classés comme tels et d'autres qui ne font que se servir de l'étiquette. Cela les conduit à encenser certaines conformations de la médiation, au détriment d'autres. Derrière ces affrontements symboliques pour la définition légitime de la médiation, il y a lieu des enjeux de la compétence professionnelle, de la recherche d'une reconnaissance en tant que groupe professionnel et du monopole de l'usage du terme (Trépos, 1992 ; Walter, 1995).

Les partisans d'une définition plus rigide de la médiation dénoncent les usages intempestifs et impropres de ce terme. La distinction passe essentiellement par la place occupée par le médiateur : son rôle, son statut : « on plaça sous le même vocable des expériences relevant de l'arbitrage, de la conciliation, de la réparation, on amalgama des initiatives pratiquées par des policiers, des magistrats, des travailleurs sociaux, des bénévoles, des administrations, on assimila des tentatives réalisées en amont de l'appareil judiciaire avec d'autres intégrées dans ses procédures, jusque et y compris dans la phase pénale de l'exécution des sanctions » (Faget, 1995, p. 26). La différenciation de la médiation peut se baser sur l'agencement de la compétence professionnelle des médiateurs au regard de la revendication, seule ou avec d'autres, d'une expertise dans ce champ d'activités. F. Ben Mrad (1998) les sépare en modèle pragmatique, modèle attributif, modèle spécialisé et modèle professionnel.

L'auteur soutient que « le point d'achoppement principal de ces différents modèles [de compétence professionnelle] demeure la question de la formation des médiateurs et le rattachement ou non de leur activité à des métiers ou professions déjà constitués » (Ben Mrad, 1998, p. 69). Parmi les modèles identifiés par F. Ben Mrad, ce sont plutôt les défenseurs du modèle spécialisé et du modèle professionnel qui ont publié des ouvrages pour légitimer leur position et leur point de vue sur les phénomènes de médiation et nous allons nous restreindre à ces deux modèles. En l'espèce, les phénomènes systématisés par J.-F. Six (1990 et 1995) et M. Guillaume-Hofnung¹¹ (1995), défenseurs du modèle professionnel, diffèrent de ceux mis à

¹¹ Les deux sont animateurs de Centre National de la Médiation – CNM –, fondé en 1988, et qui agrège l'Institut de Formation à la Médiation, créé en 1987, et la Maison de la médiation, ouverte en 1989. Prêtre et fondateur de l'association Droits de l'homme et Solidarité, J.-F. Six était président du CNM et M. Guillaume-Hofnung était présidente de la commission Droit et médiation de cet organisme.

plat par J.-P. Bonafé-Schmitt¹² (1992), partisan du modèle spécialisé. Ses recherches concernent le domaine de la résolution de conflits, notamment dans une approche comparative entre la France et les Etats-Unis. La manière dont ils définissent la médiation de presse est bien significative. J.-P. Bonafé-Schmitt (1992, p. 17) prime la confrontation de points de vue de parties et la présence régulatrice d'un tiers neutre ; la médiation devient alors le « processus le plus souvent formel par lequel un tiers neutre tente à travers l'organisation d'échanges entre les parties de permettre à celles-ci de confronter leurs points de vue et de rechercher avec son aide une solution au conflit qui les oppose ». Au CNM, la médiation est diversement appréhendée comme un « mode de construction et de gestion de la vie sociale grâce à l'entremise d'un tiers, neutre, indépendant sans autre pouvoir que l'autorité que lui reconnaissent les médiés qui l'auront choisi ou reconnu librement » (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 74). Pour les uns, un processus, souvent formel, permettant de régler des conflits, se constituant en un mode de régulation sociale ; pour les autres, l'entremise d'un tiers sans autorité légale.

1.3.1 Manière de qualifier et de disqualifier

Dans l'acception de la médiation en tant que mécanisme de résolution de conflits et/ou de création de liens, les agents s'attachent à caractériser les manières de faire – organiser des échanges et/ou entremettre – qui signifient la médiation et à déclasser celles qui en sont indignes. Pour ce faire, J.-P. Bonafé-Schmitt a établi une distinction entre les « activités de médiation » et les « instances de médiation » basée sur le statut professionnel et l'activité principale de la personne qui réalise une médiation. Cela serait un indice de la préoccupation de résoudre un conflit ou d'en faire davantage, c'est-à-dire de faire la médiation. Selon l'auteur, les activités de médiation surviennent lorsque la médiation n'est pas l'activité principale de celui qui emploie ces techniques pour résoudre des conflits, comme c'est le cas des juges, des policiers, de travailleurs sociaux, d'éducateurs, pour lesquels la médiation, affirme l'auteur, « ne représente qu'une technique de gestion des conflits, une activité accessoire pour bon nombre de professionnels » (Bonafé-Schmitt, 1993, p. 121). D'autre part, les instances de médiation, dont la médiation est la principale activité et dont la simple résolution du conflit n'est pas l'unique objectif, sont en conformité avec la définition de la

¹² Sociologue au Groupe lyonnais de sociologie industrielle (CNRS/Université de Lyon II), spécialiste de sociologie juridique et médiateur pénal

médiation dans laquelle celui qui la réalise doit être « un tiers, impartial, indépendant et compétent dont le rôle se limite à aider les parties à trouver une solution » (Bonafé-Schmitt, 1998, p. 25).

Une autre modalité de qualification et de disqualification de manière de faire la médiation s'ancre dans l'origine et le mode d'action des médiateurs. Elle provient tout particulièrement des diffuseurs du modèle professionnel de la médiation. D'un côté, les « médiateurs institutionnels » « établis par le haut » et qui « ont d'abord à résoudre des problèmes » ; de l'autre côté, les « médiateurs citoyens » qui « se mettent en place par le bas » et « ne résolvent pas de conflits : ils rencontrent des personnes qui sont en situation de conflit » (Six, 1995, p. 40 et *sq.*). En déplaçant l'objectif de la médiation de la « résolution de conflits » vers l'« établissement ou rétablissement de la communication entre les médiés » (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 74), cette approche rend dispensable les liens institutionnels et le pouvoir de décision et d'injonction du médiateur.

Une autre manière de classer et de déclasser se fonde sur la distinction entre la médiation et d'autres phénomènes. Ainsi, les différenciations sémantiques prennent leurs mires sur la négociation, la conciliation, la médiation et l'arbitrage. J. Faget fonde les suivantes distinctions : « La négociation est un processus dyadique, la conciliation, la médiation, l'arbitrage et le jugement sont des processus triadiques. [...] On observe que dans les processus triadiques apparaît une graduation qui repose sur le degré de directivité du tiers dans la régulation du conflit. Conciliation et médiation sont à cet égard les processus les moins directs. [...] La posture du tiers pour la recherche d'une solution amiable est secondaire dans la conciliation La présence nécessaire d'une tierce partie, la posture neutre et indépendante, le pouvoir décisive et le statut d'extériorité, tant d'éléments de la différenciation » (Faget, 1997, pp. 12-13). Sous cet angle, la médiation est un processus triadique où le tiers n'impose pas de solution aux deux autres parties au conflit qui les oppose. En d'autres mots, elle vise davantage la simple résolution des conflits, tandis qu'elle est communément classée en tant que telle.

1.4 Règlement de conflits

Mode non juridictionnel de *conflict resolution* « règlement de conflits », la médiation serait notamment une alternative à la justice dans le règlement de litiges. La médiation est notamment associée à l'*Alternative Dispute Resolution* (ADR), apparu aux Etats-Unis à la fin des années 1960 et qui, ces dernières années, a connu un essor appréciable aussi bien dans le pays d'émergence qu'en France¹³. La médiation en matière pénale, qui est considérée la forme la « plus achevée de médiation » (Bonafé-Schmitt, 1995, p. 8) en tant que mode de régulation sociale s'inscrit, pour certains observateurs, dans un cadre d'encombrement du judiciaire et d'une crise généralisée des mécanismes de régulation sociale – comme la famille, le quartier, l'école, l'Eglise – conséquence de l'industrialisation, de la mobilité sociale, de l'urbanisation, de l'immigration et les mutations socio-économiques. En somme, la médiation judiciaire ou des désaccords qui pourraient donner lieu à des conflits judiciaires est toujours combinée à la résolution d'un conflit. D'autres agents profilent une médiation qui ne pourrait pas se résumer à la résolution de conflits, notamment parce qu'elle est limitée aux initiatives des juges. Il est aussi question de nouer des liens, ce qui dépasse la résolution de conflits juridictionnels.

1.5 Création ou amélioration des liens relationnels

Par sa position de principale organisation de production et de divulgation du modèle professionnel de la médiation, le CNM reste, en France, le plus important pôle d'organisation et de promotion de la formation professionnelle et d'établissement de règles du groupe professionnel. Ainsi, l'enjeu primordial du CNM est de séparer le bon grain de l'ivraie¹⁴. En

¹³ De fait, certains observateurs rapprochent le développement considérable de la médiation judiciaire (pénale et civile), déjà institutionnalisée, à un engouement pour la médiation (Guillaume-Hofnung, 1995), tandis que d'autres attribuent la croissance de la médiation à son institutionnalisation (Faget, 1995).

¹⁴ On pourra alors soutenir que « ce foisonnement [de l'utilisation à tout propos du terme médiation], s'il reflète le besoin vital de médiation, rend urgente une tentative de mise au point pour préciser sa définition, son champ théorique et pratique, ainsi que la problématique de son insertion institutionnelle dans une société qu'elle reflète et qu'elle peut modifier. [...] On ne pourra éviter d'évoquer les dangers que la négligence terminologique fait courir à la médiation », (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 4) ou qu'« on a voulu trop souvent la réduire en disant qu'elle était une 'résolution des confits' » (Six, 1995, p. 11).

l'espèce, les membres du CNM ont procédé à une certaine délimitation de l'exercice professionnel, à travers la fixation de textes canoniques, comme le code déontologique et la charte des médiateurs, qui détermine le champ d'action, les conditions d'intervention d'un médiateur, son statut professionnel, le processus de médiation, les droits et les obligations des parties. Le code du CNM concède à cet organisme le contrôle professionnel des activités du médiateur. Les agents professionnels prescrivent non pas des « entraînements à la médiation qui font des médiateurs en cinq jours » mais des formations en « deux ans qui se développent maintenant à partir de l'exemple de l'Institut de Formation à la Médiation » (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 112). Le CNM mène un travail de conceptualisation de la médiation dont l'ambition est de disqualifier certains types de médiation parmi « toutes ces médiations hétéronomes, voire antinomiques » en montrant qu'elles ne correspondent pas « à la même notion et à la même réalité » (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 4).

Pour les membres du CNM, la définition idéale de médiation n'est alors pas seulement un moyen de régler des conflits, mais s'avère un mécanisme d'intervention avant même leur éclosion. De plus, l'ambition de cette médiation n'est que de faire cesser des conflits, mais surtout de rétablir ou établir les liens entre les médiés, ces personnes ayant recours à la médiation. Qui plus est, J.-F. Six et M. Guillaume-Hofnung estiment que l'existence d'un conflit, d'un litige ou d'un différend n'est pas nécessaire, parce que cette approche met en relief « la construction et la gestion de la vie sociale ». Pour les défenseurs du modèle professionnel de la médiation, la pacification sociale proportionnée par la médiation est insuffisante et restreinte. Ce serait la dimension créative – de liens sociaux – qui différencierait les manières de faire de la médiation. Ces auteurs établissent une sériation de la médiation qui sépare les modalités suscitant des liens de celles qui font face à un conflit : il y a la « médiation créative » qui génère des liens entre les personnes et les groupes ; la « médiation rénovatrice » qui renoue des liens rompus ; la « médiation préventive » pour précéder et éviter l'apparition de conflits ; et la « médiation curative » qui secourt les parties dans la recherche d'une solution à leur conflit. Selon leurs écrits, la neutralité de l'action d'une tierce personne n'est pas suffisante et les résultats finaux ne peuvent pas être imposition : la médiation « impulsée par un tiers, veut faire naître du '3', c'est-à-dire veut faire en sorte que, de ce dialogue-confrontation en présence du tiers, naisse quelque chose qui ne sera ni la solution unilatérale du premier ni la solution unilatérale du second mais une issue originale réalisée par l'un et l'autre ensemble » (Six, 1995, p. 16). Ainsi, toute médiation institutionnelle, dont les médiateurs sont mandatés est un versant quelque peu approximatif de la vraie médiation. Cette prise de position est justifiée par les auteurs comme la préoccupation

de la médiation de ne pas devenir l'émanation d'une institution, ce qui peut faire du médiateur « à la limite, un aumônier d'entreprise prêchant la bonne parole de l'entente cordiale, de la paix et de tranquillité » (Six, 1995, p. 108) ou ce qui peut la faire devenir « assistance et non médiation » (Guillaume-Hofnung, 1995, p. 78).

1.6 « La » médiation, « des » médiations : rétrécir ou élargir

Les phénomènes qui revendiquent l'appellation ou qui sont appelés « médiation » rassemblent d'activités professionnelles et de modes de régulation sociale. Après en avoir présenté et analysé certains, nous pourrions répertorier les dissemblances entre ces médiations et la médiation de presse, notamment celles qui contrarient les caractérisations de la médiation exprimées par quelques agents et, ensuite, nous pourrions classer la médiation de presse en tant que médiation institutionnelle, qui est disqualifié par une fraction des phénomènes qui se revendiquent de la médiation. Ainsi, nous pourrions signaler que contrairement à la médiation de conflits juridictionnels, à la médiation familiale et à la médiation sociale, dont la règle est de mettre face-à-face la partie plaignante et la partie accusée, dans la médiation de presse, le contact entre les lecteurs et la rédaction n'a presque jamais lieu et qu'il n'appartient pas au lecteur le choix de son interlocuteur dans le média, puisque le médiateur a été préalablement désigné à cette fonction. Ou encore, nous pourrions soulever d'autres dispositifs de la médiation de presse qui l'approchent ou qui l'éloignent d'autres modalités de médiation.

Pourtant, ce qui nous intéresse, c'est surtout de relever que ces conceptions de la médiation la construisent comme une procédure para-judiciaire de règlement des conflits, comme idéologie de la pacification sociale et même comme un projet idyllique de société (Le Roy, 1995), où les désaccords et les conflits peuvent être résolus par l'entremise d'un tiers, qui reconstitue les liens sociaux. Qui plus est, selon les convenances des agents, la médiation de presse peut être considérée ou non comme équivalente ou similaire aux autres phénomènes. A travers leurs caractérisations, ces agents procèdent à la constitution de classes d'équivalence entre les situations qui peuvent élargir ou rétrécir la présence de nouveaux agents, le terrain d'intervention ou les modes d'intervention. Les restrictions à l'usage du terme correspondent donc à une volonté de s'assurer le monopole du terme et de se

revendiquer « d'un savoir que l'on peut seul vraiment exercer et mettre sur le marché » (Trépos, 1992, p. 43).

Dans un ouvrage collectif, on a récemment essayé de rapprocher des champs d'applications distincts de la médiation ; ainsi J.-P. Bonafé-Schmitt, J. Dahan, J. Salzer, M. Souquet, J.-P. Vouche (1999) rassemblent leurs expériences, leurs observations du terrain et leurs réflexions sur la médiation sociale et pénale, la médiation familiale, la médiation dans les organisations, la médiation en milieu scolaire, dans lesquels on peut inclure la médiation de presse. Pour justifier cette regroupement de plusieurs phénomènes disparates, les auteurs affirment, dans l'introduction de l'ouvrage que « peu à peu [il] est devenu clair pour nous qu'une identité, une culture de la médiation existent et le fait qu'il n'y ait pas '*des*' médiations mais des champs d'applications différents de ce mode d'intervention spécifique qu'est '*la*' médiation » (Bonafé-Schmitt, Dahan, Salzer, Souquet, Vouche, 1999, p. 9). Au fond, les démarches, indigènes ou universitaires, consistant à élargir ou à rétrécir le champ d'application des phénomènes de médiation le font à condition de faire ressortir la médiation en tant que « mode d'intervention spécifique ».

2 Mise en récit et 'modèles' de médiateur de presse

La reconstitution de l'histoire de médiateurs de presse et de la production d'un modèle paradigmatique de médiateur de presse que nous présentons s'appuie notamment sur la manière dont le groupe se décrit et se met en récit. Parmi les agents de l'espace professionnel de la médiation de presse, notre perspective d'analyse sera de prêter attention spécialement au travail de réécriture de l'histoire du groupe élaborée et diffusée par l'ONO. Lorsqu'il s'agit de raconter l'histoire du groupe, les médiateurs de presse reprennent aisément le récit retracé et diffusé par l'ONO¹. Toutefois, la reprise du récit diffusé par l'association des médiateurs ne reste pas limitée aux documents produits par les occupants de ce poste. Les événements rapportés dans des travaux universitaires et des articles de presse sont précisément ceux que les médiateurs de presse considèrent comme fondateurs de la fonction. L'histoire du groupe a dernièrement été réécrite par les propres médiateurs de presse et les modifications du récit introduisent un nouvel agencement des circonstances d'émergence de la fonction de médiateur. Ces modifications ont déjà été reprises dans les écrits élaborés par les observateurs extérieurs. Pour rendre intelligible la réécriture de l'histoire du groupe, nous allons nous appuyer sur certains outils de l'approche interactionniste de la sociologie des professions. Une des voies possibles est une analyse en termes de processus de légitimation d'un groupement professionnel comme il a été formulé par A. Strauss (1984). L'auteur identifie cinq : « discovering and claiming worth ; distancing ; theorizing ; standard setting and boundary

¹ Voir C. T. Costa (1991, p. 17), T. Ferenczi, *Le Monde*, 12/05/1997.

challenging in arenas² ». Dans ce chapitre, nous nous concentrons sur le « theorizing », et, plus précisément sur l'un de ces aspects, la (ré)écriture de l'histoire du groupe, en se rapportant à la légende des pères fondateurs, au parcours des premiers 'initiés' et à la définition de cette activité professionnelle.

Nos analyses de la (ré)écriture de l'histoire du groupe seront également assises sur le concept de mise en intrigue tel qu'il a été développé par la philosophie herméneutique, notamment par P. Ricœur. Dans les trois tomes de *Temps et récit*, P. Ricœur (1983, 1984, 1985) déploie l'articulation entre la temporalité et la narration. Selon le philosophe, « la composition de l'intrigue est enracinée dans une pré-compréhension du monde de l'action : de ses structures intelligibles, de ses ressources symboliques et de son caractère temporel » (Ricœur, 1983, p. 108). La mise en intrigue agence les faits et les personnes, ainsi que les motifs, les buts, les agents, les circonstances, l'interaction, l'issue, en apportant des réponses à des questions sur « le *quoi*, le *pourquoi*, le *comment*, le *qui*, le *avec contre qui* » (Brès, 1994, pp. 53-54). De surcroît, le récit fait appel à une articulation de l'« espace d'expérience » et de « l'horizon d'attente », concepts que P. Ricœur emprunte de R. Koselleck (1990). L'intérêt du concept de mise en intrigue réside dans la possibilité de rassembler la temporalité et l'action. De fait, les œuvres sont préfigurées par des qualifications éthiques, par des jugements moraux, alors qu'au moment de la réception, le vraisemblable, l'acceptable ont rapport à la narrativité, mais aussi aux croyances, aux attentes extérieures au texte. La notion de mise en intrigue a la vertu de souligner le caractère de construction des arguments à partir de plusieurs agencements de faits possibles et d'insérer de l'articulation entre les faits, ce qui rend possible de considérer que l'agencement des faits et des arguments du récit de l'histoire de la médiation de presse n'est qu'un parmi d'autres possibles. Le récit pourrait être construit différemment.

Au demeurant, dès le début des années 1990, l'œuvre de P. Ricœur a été souvent utilisée par les chercheurs en communication, plus spécifiquement dans l'analyse de la mise en récit des événements. Ces études peuvent reprendre pour l'essentiel les notions de « mimésis » (représentation d'action) et de « muthos » (mise en intrigue) qui permettent de considérer la mise en récit en tant qu'articulation temporelle de la description des événements, en séparant la dynamique de narration d'un événement échu de celle d'un événement en train de se produire (Arcquembourg, 1996) ou le concept de triple présent, que P. Ricœur emprunte à

² Strauss, A « Social words and legitimation processes » *Studies in symbolic interactions*, Free Press of Glencoe : New York (Cité par Baszanger, 1990 et Walter, 1995).

l'œuvre de Saint Augustin, pour examiner le passage d'un événement au statut d'événement (Garcin-Marrou, 1996)³. En l'espèce, selon le philosophe, les textes sont un compromis entre l'agir et le dire, l'expérience et le langage. Sa conception du temps est celle non pas d'une séquence immobile de moments, c'est-à-dire chronologique, mais celle d'une démultiplication entre multiples instances qui s'interagissent dans de relations dynamiques et opposées. En examinant les conditions d'acceptabilité des justifications de fautes professionnelles F. Chateauraynaud (1991) montre que la qualification et la déqualification d'une action se fait par la mise en intrigue des situations qui ont donné lieu à des désaccords. Se référant aux travaux du philosophe herméneute P. Ricœur (1983, 1984, 1985), l'auteur signale que l'acceptabilité du récit d'un événement est associée à sa faculté à se clore sur lui-même, « c'est-à-dire à ne pas nécessiter d'information supplémentaire pour qu'un auditeur quelconque puisse comprendre les sens des actions qui y sont rapportées » (Chateauraynaud, 1991, p. 21). Autrement dit, les détails inutiles à l'intelligibilité de l'histoire sont exclus.

L'histoire d'un groupement professionnel n'est pas écrite d'un seul trait et ni d'une fois pour toutes. En fait, elle passe par des réécritures successives qui s'étirent dans le temps et qui sont susceptibles de subir périodiquement des révisions. Agencée et mise en circulation par ses membres, l'histoire fait état de la divergence et des conflits d'intérêts d'un groupement professionnel pour l'accès à des positions d'influence à son intérieur. De même que les codes de déontologie, les manuels et les procédures de certification, la mise en récit de l'histoire du groupement doit être alors envisagée comme « une sorte de caution historique déposée par certains segments puissants » (Bucher et Strauss, 1992, p. 80). Le renversement de relation de pouvoirs à l'intérieur du groupe et la montée en puissance d'une fraction du groupement professionnel peuvent entraîner la modification de l'histoire du groupe. Ainsi, la mise en récit de l'histoire du groupe permet « de tracer les contours d'un 'ordre légitimé du sous-monde social' en élaborant des 'conceptualisations légitimantes' qui serviront à la fois dans les arguments vis-à-vis de l'extérieur et comme justifications et indications (*guidance*) pour les membres » (Baszanger, 1990, p. 274).

Afin de saisir la dynamique de l'écriture et de la réécriture de l'histoire des médiateurs de presse, nous nous sommes intéressés particulièrement à la lecture et à l'analyse de deux textes considérés comme les textes inspirateurs de la fonction et de documents qui ont entraîné la révision de la version antérieure, dont les enjeux sont le pays où la médiation de

³ Ces deux articles ont été publiés dans le dossier Le temps de l'événement, de la revue *Réseaux*.

presse a surgi et, par conséquent, sa définition. Les deux premiers sont des articles de presse fréquemment cités dans des textes de la presse spécialisée en journalisme⁴, dans des mémoires personnelles et des comptes rendus de conférences des médiateurs de presse et de membres de la direction de médias⁵ et dans des articles universitaires⁶. Le deuxième lot est composé par des documents écrits et échangés par des membres de l'association de médiateurs de presse. Nous débiterons par le récit des origines de la médiation de presse diffusé par l'ONO jusqu'à septembre 1999 et, ensuite, nous examinerons certaines modifications qui ont été apportées et leurs implications.

2.1 Une histoire en chantier

Le site Internet de l'ONO apporte des documents restituant ce récit de l'histoire du groupement, ce qui en fait un important instrument de transmission et de mise en discussion, ainsi qu'un dispositif de structuration et de restructuration de l'histoire du groupe. Cela vient du fait que le site rassemble plusieurs écrits sur le médiateur de presse, produits par des observateurs extérieurs et des agents professionnalistes, y compris des articles de la presse spécialisée publiés depuis une quinzaine d'années⁷. La grande majorité n'a pourtant pas été produite pour y figurer. Dans les documents qui circulent sur le site de l'association des médiateurs de presse, plusieurs épisodes de l'histoire de la fonction de médiateur de presse se sont cristallisés et d'autres passent par de successives réécritures. La cristallisation signifie que le processus d'écriture de l'histoire du groupement n'est pas totalement clôturé, mais qu'il était entamé et que certains traits sont en train à se stabiliser (Walter, 1995, p. 69). Au sein de l'ONO, on commence juste à redessiner certains traits de l'histoire du groupe. L'antériorité d'une autre expérience – la japonaise – entreprend péniblement une percée et est légèrement admise par l'ONO, à travers sa brochure.

⁴ On peut citer C. Tate (1984), Mckenna (1993).

⁵ Jacoby (sans date), Bailey (1990), Nauman (1994).

⁶ Mogavero (1982), Bernstein (1986), Ettema et Glasser (1987), Mckinzie (1994). Certaines de ces recherches n'attribuent l'initiative qu'à Raskin, même si son texte cite l'article de B. H. Bagdikian.

⁷ Sur ce site, on rencontre l'article de C. Tate (1984) et de K. Mckenna (1993).

En outre, parmi les articles et le matériel de divulgation qui figurent sur le site Internet de l'ONO, on ne retrouve pratiquement pas l'histoire ni les caractérisations de la médiation de presse apparue dans ailleurs qu'aux Etats-Unis. Dans ce pays, les propagateurs et les observateurs de la fonction de médiateur de presse n'ont cure de proposer la séparation des types de médiation et de présenter ce qui est fait ailleurs. Sur le site de l'ONO, il n'existe que la médiation de presse mise en chantier aux Etats-Unis et codifiée par l'ONO. Autrement dit, dans les écrits étasuniens, il n'existe qu'un type de médiateur de presse. Tout au plus, les agents professionnels étasuniens admettent l'antériorité de la médiation de presse japonaise, mais sans mettre en regard les différents types de médiation, ni expliquer dans quelle « voie parallèle⁸ » le Japon s'était engagé. On discerne en filigrane que les étasuniens attribuent une position d'infériorité à la médiation de presse implantée par les japonais. A l'exception d'un article signé par le japonais T. Maezawa, ancien médiateur de presse et membre associé de l'ONO⁹, la médiation de presse au Japon n'apparaît que dans les listes des pays où la fonction est établie.

2.1.1 Les textes fondateurs de la médiation de presse

D'après les écrits étasuniens sur l'*ombudsman* d'un média, l'émergence de cette fonction se fait par la volonté de quelques journalistes, directeurs de journal et patrons d'un média à la fin des années 1960. Cette fonction est tenue par ses propagateurs pour nouvelle, et même innovante. En s'inspirant du concept d'*ombudsman* en tant que personne ou institution chargée de recevoir les plaintes et de les traiter, la presse écrite des Etats-Unis adopte une nouvelle fonction dans les rédactions et la désigne par la même appellation d'*ombudsman*. Ainsi, certains quotidiens préposent une personne, ordinairement un journaliste, pour recevoir et traiter les plaintes et les réclamations des lecteurs contre le titre. Parus en 1967 dans la presse périodique magazine étasunienne, les articles « The american newspaper is neither record, mirror, journal, ledger, bulletin, telegram, examiner, register, chronicle, gazette, observer, monitor, transcript nor herald of the day's events. It's just bad news », de B. H. Bagdikian, publié dans l'édition de mars de l'*Esquire Magazine* et « What's wrong with

⁸ In : R. Solé, « Médiateurs de tous pays... », *Le Monde*, 04/06 2000.

⁹ Cet article a été disponible sur le site Internet de l'association pendant quelques semaines à la fin 1999. Ensuite, il en a été absent jusqu'au deuxième semestre de 2001.

American newspapers? », de A. H. Raskin, paru dans l'édition du 11 juin du *New York Times Magazine*, suggéraient l'introduction d'un « ombudsman » dans les rédactions de la presse écrite de ce pays.

Peu de jours après la publication du deuxième article, un poste ayant cette appellation a été créé par la direction d'un quotidien régional, au Kentucky, et cela devient l'événement fondateur de la médiation de presse rapporté dans l'histoire du groupement professionnel. Ainsi, pendant presque trois décennies, les écrits sur le médiateur de presse, de la brochure de l'ONO aux chroniques des médiateurs, en passant par les articles des revues spécialisées, racontaient que le premier médiateur de presse est apparu aux Etats-Unis, en juin 1967, lorsque l'*editor* N. Isaacs a nommé J. Hershenroeder¹⁰, un journaliste ayant plus de quarante années d'activité professionnelle à Louisville en tant que reporter et rédacteur en chef de la rubrique locale, premier ombudsman du *Louisville Courier-Journal* et du *Louisville Times*, quotidiens régionaux du Kentucky suite à de la publication des articles de B. H. Bagdikian et A. H. Raskin. En réalité, certains auteurs prenaient le soin de délimiter géographiquement le récit, comme A. C. Nauman (1994) et A. Jacoby (sans date¹¹). Le premier auteur limite les événements à l'Amérique du Nord, en signalant que les textes fondateurs constituent « la première voix élevée en faveur de la création d'un poste d'*ombudsman* de journal en Amérique du Nord¹² ». Le deuxième auteur souligne qu'il rapporte les circonstances de l'apparition du « premier *ombudsman* de journal d'Amérique¹³ ». Néanmoins, cette délimitation géographique se fait sans l'affaiblissement de la médiation de presse instituée aux Etats-Unis. Au contraire, les auteurs vont mettre en relation l'appellation de médiateur de presse et le concept inauguré dans ce pays.

2.1.1.1 Les instigateurs et les pionniers de la médiation de presse

Ainsi les médiateurs de presse, notamment de directeurs de l'ONO, et quelques managers d'entreprise de presse, qui sont autant de promoteurs de la fonction, ont relaté l'événement de la création de la médiation de presse et certains épisodes de la propagation de

¹⁰ L'orthographe de ce nom varie dans les écrits sur l'ombudsman et on y trouve également 'Herchenroeder'.

¹¹ L'écrit de A. Jacoby est disponible sur le site Internet de l'ONO et n'apporte pas de date. Comme l'auteur rend compte de la création du poste de médiateur de presse en France, on peut conclure que sa date est postérieure à avril 1994.

¹² « The first call for a newspaper ombudsman in North America » (Nauman, 1994).

¹³ « America's first newspaper ombudsman » (Jacoby, sans date).

cette fonction. Dans ce travail, les textes des agents professionnalistes les plus mentionnés sont : « The newspaper ombudsman : A personal memoir of the early days », de A. Jacoby¹⁴, « Newspapers need ombudsmen (An editor's view) », de C. W. Bailey¹⁵ (1990), et « News Ombudsmanship : Its History and Rationale », de A. C. Nauman¹⁶. L'écrit de A. Jacoby, non daté, est diffusé sur Internet sur le site de l'ONO, tandis que celui de C. W. Bailey a été publié, en 1990, par le *Washington Journalism Review* et que celui de A. C. Nauman a été présenté au colloque « Press Regulation : How far has it come? », réalisé en 1994, à Séoul, en Corée¹⁷. Nous nous sommes aussi appuyés sur deux articles de la presse périodique spécialisée en journalisme ; il s'agit de « What do ombudsmen do ? », de C. Tate (1984), publié par la *Columbia Journalism Review*, et « The loneliest job in the newsroom », de K. Mckenna (1993), sorti dans la *Washington Journalism Review*¹⁸. Ces deux derniers articles sont reproduits sur le site Internet de l'ONO.

Dans ces textes, deux journalistes sont mentionnés comme les pères fondateurs du concept: B. H. Bagdikian et A. H. Raskin, lesquels ont fait publier au cours de l'année de 1967 des articles de presse appelant à la mise en chantier d'une critique interne dans les journaux, dont le responsable serait un « ombudsman ». Dans ces récits, on raconte qu'avec trois mois d'intervalle, B. H. Bagdikian et A. H. Raskin ont demandé l'installation d'une instance critique dans les journaux qui s'emploierait à défendre le public et à enquêter sur des erreurs commises par les journalistes¹⁹.

¹⁴ *Reader's representative* du quotidien régional nord-américain *The San Diego Union*, de 1976 à 1983, premier président de l'ONO, fondée en 1980, et membre honoraire de l'ONO.

¹⁵ Ancien *editor* du *Minneapolis Tribune*, dans lequel il a introduit la médiation de presse.

¹⁶ Ancien ombudsman du *Sacramento Bee* et secrétaire général de l'ONO jusqu'à mai 2000

¹⁷ Outre A. C. Nauman, des médiateurs de presse – anciens ou en activité – ont présenté des communications lors de ce colloque coréen. Il s'agit de, selon leurs fonctions à l'époque, J. Byrd, ombudsman du *Washington Post*, R. P. Cunningham, déjà décédé, enseignant de journalisme à l'Université de New York et ancien ombudsman du *Minneapolis Star Tribune*, L. E. Glaser, ombudsman du *Fresno Bee*, et W. Morgan, ombudsman du *Canadian Broadcasting Corp.*

¹⁸ Ces deux publications sont des revues de vulgarisation à vocation critique et à écriture plus allégée, édités par des écoles de journalisme. Fondée en 1961 et éditée par la Graduate School of Journalism of Columbia University, à New York, *Columbia Journalism Review* est la plus reconnue des revues critiques de journalisme et elle procède régulièrement à l'analyse des médias. C'était dans cette revue que le National News Council des Etats-Unis a acheté des pages pour publier les rapports du conseil, pendant la présidence de N. Isaacs (1977-1982). La revue *Washington Journalism Review* est parue de 1983 à 1993, et était publiée par de College of Journalism, à University of Maryland.

¹⁹ Certains auteurs considèrent le deuxième texte comme une continuité du premier (Bailey, 1990, Mckenna, 1993). D'autres n'établissent pas de liaison entre les deux textes (Tate, 1984 ; Costa, 1991 ; Nauman, 1994 ; Jacoby, sans date) Pourtant, dans le deuxième texte, A. H. Raskin cite l'article de B. H. Bagdikian. À bien des égards, leurs analyses sur la situation de la presse sont concordantes et leurs textes comme complémentaires ; la concentration de la presse et la fusion des journaux sont au cœur des analyses : B. H. Bagdikian ouvre son article avec la fusion de trois quotidiens new-yorkais qui ont donné naissance au *World Journal Tribune*. Trois mois plus tard, A. H. Raskin commence son article en faisant référence à la disparition de ce journal, récemment créé.

Dans ces textes, A. H. Raskin et B. H. Bagdikian font une radiographie de la presse²⁰ et finissent leur argumentation en prescrivant un certain nombre de remèdes aux maux de la presse, parmi lesquels l'instauration d'une critique interne, qu'ils dénomment « ombudsman ». Pourtant, dans la reconstitution de l'histoire de la médiation élaborée par les membres du groupement, on a fait l'économie de cette radiographie de l'état de la presse et on rapporte essentiellement les paragraphes qui font référence à l'institution d'une fonction d'*ombudsman* et à la nécessité d'une autocritique dans la presse. Ainsi, deux extraits de textes de B. H. Bagdikian et A. H. Raskin, dans lesquels ils demandent l'instauration de médiateurs dans la presse, figurent souvent dans les écrits sur les origines de cette fonction :

« Un jour, quelques braves propriétaires se pourvoiront d'un *ombudsman* pour la communauté dans le conseil d'administration du journal, peut-être sans qu'il soit élu, pour être présent, pour parler, pour fournir un emblème et, avec de la chance, pour défendre l'intérêt public pour la dernière chance du journal étasunien²¹ » ;

« La question de ma proposition est que les journaux établissent leurs propres Départements de Critique Interne pour vérifier l'impartialité et l'adéquation de leur couverture et de leurs commentaires. La direction du département devrait avoir assez d'indépendance dans le journal pour servir d'*ombudsman* aux lecteurs, armé d'une autorité pour qu'il soit fait quelque chose en relation avec les plaintes valables et pour proposer des méthodes plus efficaces d'amélioration de la performance de tous les services du journal à la communauté, en particulier le contrôle du maintien des frontières entre l'opinion et l'action²² ».

Ainsi, B. H. Bagdikian propose un ombudsman communautaire, tandis que A. H. Raskin tient à un département entièrement consacré à la critique interne. Au cours des années,

²⁰ Ils critiquent sévèrement le processus de concentration de la presse étasunienne, caractérisé par des fusions de titres de presse et, par conséquent, par la diminution du nombre de quotidiens, et par la création de grands groupes de presse, dont la direction est physiquement et symboliquement éloignée du public. Les deux journalistes reprennent aussi quelques problématiques du rapport de la commission Hutchins (1947) et appellent à la responsabilité sociale de la presse. En l'espèce, faisant écho aux conclusions de la Commission Hutchins, B. H. Bagdikian déplore l'existence d'un « gouffre entre les responsabilités de la presse et sa performance » (« the gap between the responsibilities of the press and its performance »), le mouvement continu de concentration de la presse et l'incapacité de la presse de rendre compte efficacement et rapidement des changements sociétaux (Bagdikian, 1967).

²¹ « Some brave owners someday will provide for a community ombudsman on his paper's board, maybe a non-voting one, to be present, to speak, to provide a symbol and, with luck, exert public interest in the ultimate fate of the American newspaper » (Bagdikian, 1967, p. 146).

²² « That is the point of my proposal that newspapers establish their own Departments of Internal Criticism to check on the fairness and adequacy of their coverage and comment. The department head ought to be given enough independence in the paper to serve as an *ombudsman* for the readers, armed with authority to get something done about valid complaints and to propose methods for more effective performance of all the paper's services to the community, particularly the patrol it keeps on the frontiers of thought and action » (Raskin, 1967, p. 84).

dans les récits des origines de la médiation de presse, les propositions de B. H. Bagdikian et de A. H. Raskin se sont simplifiées et des détails 'inutiles' qui n'aident pas à la compréhension de l'histoire, ont ainsi pu être éliminés, éclipsés ou même gommés, comme l'analyse de l'état de la presse, alors que les passages sur le médiateur ont été repris à l'outrance. De fait, B. H. Bagdikian ne soumet pas seulement le médiateur ; parmi les mesures visant à rapprocher les journaux de la communauté et à contrôler la presse, il propose aussi la publicisation des noms des propriétaires des journaux, la fin du secret financier et gestionnaire, l'institution de conseils de presse locaux. En outre, le cheval de bataille des défenseurs de la représentation paradigmatique de la médiation de presse, à savoir la publication de chroniques externes ne figurait pas parmi les suggestions de B. H. Bagdikian et de A. H. Raskin.

2.1.1.2 La simplification du récit

Dépouillés des éléments inutiles à l'intelligibilité du récit sur les origines de la médiation de presse, les écrits ne mettent en avant que les passages sur la médiation de presse et sur les parcours professionnels de A. H. Raskin et B. H. Bagdikian. Cela donne de la valeur au plaidoyer en faveur du médiateur de presse. On lit alors dans les écrits des agents professionnalistes :

« Deux événements remarquables – des articles de newsmagazines – ont eu lieu qui ont directement touché le problème et une solution. [...] Les deux ont suggéré, indépendamment l'un de l'autre, que les journaux avaient eu la nécessité d'installer un département ou un service qui agirait pour le public, en enquêtant sur les erreurs, en résolvant des problèmes de l'interface entre la presse et le public [...] et en faisant généralement le travail qu'il est nécessaire de faire dans un moment crucial pour les relations publiques de la presse²³ »;

« Ce fut un rédacteur en chef du *Washington Post* qui a lancé le premier appel en faveur de l'*ombudsman* de journal en Amérique du Nord. En mars 1967, Ben Bagdikian a écrit dans le magazine *Esquire* que la presse se trouvait face à une situation de crise de confiance du public, laquelle était trop souvent justifiée. Il a senti qu'un *ombudsman* pourrait être une façon d'éviter

²³ « Two remarkable events – magazine articles – happened that directly affected the problem and a solution. [...] Both men suggested, independent of one another, that newspapers needed to set up a department or an editor who would act for the public, investigating errors, solving problems in the interface between press and public [...] and generally doing the job that needed done at a crucial time in press-public relations » (Jacoby, sans date).

l'approfondissement du désenchantement du public. [...] A peine quelques mois plus tard, A. H. Raskin, reporter respecté du *New York Times*, a exploré davantage le concept d'*ombudsman* dans un article qu'il a écrit dans le supplément magazine dominical de son journal. Il soutenait que la presse était trop complaisance envers elle-même et qu'elle ne s'auto-critiquait pas suffisamment²⁴ » ;

« Dans un texte du *NWT Magazine*, Raskin a réprimandé ce qu'il considérait comme l'« inébranlable présomption » de la plupart des *publishers* et des *editors* et « le pharisaïsme, l'autosatisfaction et l'autocélébration » qui ont tellement caractérisé la presse américaine. Comme solution, Raskin proposait de créer dans chaque journal un « Département de Critique Interne pour mettre toutes ses règles sous réexamen et pour servir de protection du public dans ses opérations quotidiennes »²⁵ ».

Les récits de la fonction de médiateur mettent en exergue les parcours professionnels des pères fondateurs de la fonction, en faisant état de leurs préoccupations à l'égard du perfectionnement des pratiques professionnelles des journalistes. La qualité de leurs écrits, la réussite de leurs trajectoires professionnelles, leur connaissance de l'état des médias et leurs compétences acquises en tant que meneurs de rédaction font d'eux, dans ces récits, des instigateurs désintéressés de la fonction²⁶.

2.1.1.3 Les pionniers

Dans ces historiques de la médiation de presse, le récit se poursuit avec l'établissement du premier poste de médiateur dans la presse écrite étasunienne. Trois aspects de cet

²⁴ « It was an editor of *The Washington Post* who sounded the first call for a newspaper ombudsman in North America. In March 1967, Ben Bagdikian wrote in *Esquire* magazine that the press was experiencing a crisis in public confidence, and too often for valid reasons. He felt an ombudsman might be one way to avoid deepening the public's disenchantment. [...] Just a few months later, A. H. Raskin, the esteemed labor reporter for *The New York Times*, explored the ombudsman concept even further in an article he wrote for his paper's Sunday magazine. He contended that the press was overly complacent and did not sufficiently criticize itself » (Nauman, 1994).

²⁵ « Writing in the *NWT Magazine*, Raskin took to task what he saw as the « unshatterable smugness » of most publishers and editors and the « self-righteousness, self-satisfaction and self-congratulation » that characterized so much of the American press. The solution, Raskin proposed, was to create in every newspaper a « Department of Internal Criticism to put all its standards under re-examination and to serve as a public protector in its day-to-day operations » » (Ettema et Glasser, 1987, p. 3).

²⁶ C. W. Bailey (1990) les dépeint comme « farouchement indépendants et journalistes jusqu'aux os » (both fiercely independent and reporters to the core); A. H. Raskin est décrit comme un « brillant reporter » (superb reporter) et B. H. Bagdikian apparaît comme un « critique de presse rouspéteur » (press critic curmudgeon). A. Jacoby (sans date) affirme que A. H. Raskin était « connu parmi les professionnels du journalisme par ses brillants travaux de reportage et d'écriture d'éditoriaux » (known among professionals in journalism for his brilliant labor reporting and editorial writing).

événement sont mis en avant : le lien causal entre les articles de B. H. Bagdikian et A. H. Raskin²⁷, la promptitude avec laquelle le directeur d'un quotidien a créé le poste de médiateur et les qualités professionnelles et humaines du premier médiateur de presse. Les récits écrits et mis en circulation par les médiateurs eux-mêmes accordent de l'importance aux huit jours qui séparent la parution de l'article de A. H. Raskin, au *New York Times Magazine*, et la décision de N. Isaacs, *editor* des quotidiens régionaux du Kentucky – le *Louisville Courier-Journal* et le *Louisville Times* – appartenant au même groupe de presse, de créer le poste d'ombudsman dans ces journaux, en lui donnant l'appellation et des caractéristiques semblables à celles que suggérait l'article. N. Isaacs aurait été manifestement influencé par les paroles du premier. En l'espèce, les récits font cas du lien causal entre les deux événements. R. P. Cunningham assemble les événements en racontant que « Raskin avait lancé l'idée d'un médiateur dans un article du magazine [*New York*] *Times* en 1967, et c'était d'après cette suggestion que Norman Isaacs, a nommé, au *Louisville Courier-Journal*, le premier médiateur contemporain²⁸ », tandis que C. T. Costa affirme que N. Isaacs « a été si impressionné par les mots de Raskin que, huit jours après la publication de l'article, il a nommé Herchenroeder au poste²⁹ ». Interrogé par le chercheur D. Mogavero (1982), J. Herchenroeder accorde à la création de son poste un début bien fortuit :

« Isaacs a jeté cet article du *New York Times* sur mon bureau et a dit 'Lisez ceci, j'ai une idée'. Il ne m'a pas dit ce que c'était. Quand je l'ai lu, j'ai deviné qu'il faisait référence à la partie sur un *ombudsman*³⁰ ».

Le lien causal entre les deux événements est renforcé par le court délai entre la publication de l'article de A. H. Raskin et la nomination de l'*ombudsman*. La promptitude de la décision d'introduire la fonction dans la rédaction du *Louisville Courier-Journal* ennoblit la médiation de presse : « À Louisville, Kentucky, un *editor* pressé nommé Norman Isaacs a lu et a agi. Presque immédiatement le *Courier-Journal* et le *Times* possédaient le premier

²⁷ Quelques fois, on se restreint à citer l'influence de A. H. Raskin.

²⁸ « Raskin had floated the idea of an ombudsman in an article in the *Times* magazine in 1967, and it was on the basis of that suggestion that Norman Isaacs had appointed the first ombudsman in contemporary times at the *Louisville Courier-Journal* » (Cunningham, 1994).

²⁹ « Ficou tão impressionado com as palavras de Raskin que, oito dias depois da publicação do artigo, nomeou Herchenroeder para o cargo » (Costa, 1991, p. 17).

³⁰ « Isaacs threw this *New York Times* piece on my desk and said, 'read this, I've got an idea.' He didn't tell me what it was. When I read it, I gathered that he meant the part about an ombudsman ». Interview accordée à Mogavero (1982, p. 549).

médiateur de journal d'Amérique, en juin 1967³¹ ». Ces deux circonstances s'ajoutent aux caractéristiques professionnelles de la personne nommée au poste nouvellement créé. On s'attarde sur les mérites du premier médiateur de presse aux Etats-Unis : C'est J. Herchenroeder, un journaliste ayant quarante ans d'expérience professionnelle et ayant auparavant travaillé aussi bien comme reporter qu'à des postes de direction, qui est nommé *ombudsman* dans ces quotidiens et qui devient ainsi le premier titulaire de cette fonction, de sorte que, dans la mise en récit de la médiation de presse, « il est entré dans le travail avec une verve et un flair qui ont garanti son succès. [...] Il semblait connaître chaque recoin et chaque fente de la ville³² ». Les références à la manière dont J. Herchenroeder aurait pu diminuer la crise de confiance sont moins parcimonieuses que la description de ses attributions. Au demeurant, les écrits sur la médiation de presse mettent l'accent sur l'orientation des relations publiques et de la résolution des problèmes occasionnant des réclamations de lecteurs, à travers la production de rapports à l'intention de la direction, dans lesquels l'*ombudsman* émettait son opinion sur les plaintes des lecteurs. C'était en effet en cela que consistait le travail de J. Herchenroeder, lequel ne se chargeait pas de publier des chroniques dans les pages du journal (Foisie, 1969a et 1969b ; Jacoby, sans date).

De fait, dans le récit de la médiation de presse, la mise en avant de ces trois aspects des événements sert à contrebalancer le caractère restreint du phénomène d'émergence de la médiation de presse. Selon L. Boltanski et L. Thévenot (1991), la qualification de l'action, des personnes et des objets qui font partie d'une situation participe à la définition de leur valeur et à la fixation de leur état de grandeur. La grandeur des êtres et des choses n'est pas durcie et, dans chaque monde commun, elle peut toujours être remise en cause. Autrement dit, la qualification d'un état de grandeur est relative au monde auquel il est rattaché. Ainsi, il y a disproportion entre, d'une part, le fait que les articles de B. H. Bagdikian et A. H. Raskin aient été publiés par des magazines de diffusion nationale et, d'autre part, le fait que leur proposition aie été retenue par un quotidien régional – certes considéré de qualité. Le *Louisville Courier-Journal*, cité par Bagdikian comme « un journal de qualité dans une petite ville dans un état pauvre³³ », intégrait la liste des grands journaux élaborée par J. Merrill³⁴, en

³¹ « At Louisville, Kentucky, a concerned editor named Norman Isaacs read and acted. Almost immediately the *Courier-Journal* and *Times* had America's first newspaper ombudsman, in June of 1967 », (Jacoby, sans date).

³² « He went into the job with a verve and flair that guaranteed its success. [...] He seemed to know every nook and cranny of the city » (Jacoby, sans date).

³³ « A high-quality paper in a small city in a poor state » (Bagdikian, 1967).

³⁴ In : J. C. Merrill, *The Elite Press. Great Newspapers of the World*. Pitma : New York. L'actualisation de cette étude a été réalisée à la fin des années 1990. Ce travail est disponible dans *Les cahiers du journalisme* (7/2000).

1968. Sous cet angle, la qualification de sa grandeur rattrape la place occupée par le journal dans l'espace journalistique et mise sur d'autres valeurs : ce caractère restreint est compensé par d'autres grandeurs, comme la promptitude avec laquelle le quotidien a créé la fonction et les compétences professionnelles du premier médiateur de presse.

2.1.1.4 Le déplacement vers la presse quotidienne nationale

L'épisode suivant dans les récits des origines de la médiation de presse relate le moment où le deuxième poste de médiateur est implanté aux Etats-Unis. En effet, à partir de 1970, la fonction gagne de nouveaux contours et commence à acquérir une certaine notoriété. D'une part, la médiation de presse sort de l'enfermement de la presse régionale pour s'installer aussi dans la presse quotidienne nationale étasunienne lorsque le *Washington Post* établit la fonction de médiateur³⁵. D'autre part, la conformation de la médiation de presse façonnée au *Post* concourt à construire la visibilité et la grandeur de cette fonction. En l'espèce, l'*ombudsman* est modelé de manière à se différencier de celui du *Louisville Courier-Journal* qui, selon les appréciations de la direction du quotidien de Washington, n'était « vraiment rien d'autre qu'un effort promotionnel un peu plus grand. Il n'a pas le tranchant pour pénétrer au cœur du [...] problème de la crédibilité³⁶ ».

En plus de la réception et du traitement des réclamations des lecteurs, tâches auparavant réalisées par l'*ombudsman* du *Louisville Courier-Journal*, l'*ombudsman* du *Washington Post* a désormais la charge de procéder à une analyse critique de la manière dont le quotidien a traité l'information et de publier une chronique hebdomadaire dans l'édition de dimanche du quotidien. Cette chronique est placée dans les pages d'opinion et d'éditoriaux du quotidien. R. Harwood, journaliste du quotidien, est nommé *ombudsman* du *Washington Post*. Etablie au

³⁵ Dans les écrits sur la médiation de presse, deux journalistes du *Washington Post* sont considérés en alternance comme les instigateurs de la création de la fonction. Deux mémos de P. M. Foisie échangés avec des membres de la direction du *Washington Post* sont reproduits par le site Internet de l'ONO. Dans la préface de ces textes, l'ONO présente P. M. Foisie comme le père tardif (*late father*) de la médiation de presse. Déjà décédé, P. M. Foisie a été le premier *ombudsman* du *Stars and Stripes*, publication de l'Armée de l'Air étasunienne, *executive editor* du *International Herald Tribune* et *editor* de la rubrique *Etranger* du *Washington Post*. Pourtant, B. Bradlee, *executive editor* du *Post* à l'époque de l'implantation de la médiation de presse, est davantage mentionné comme la personne qui a nommé le premier *ombudsman* du quotidien (Mackenna, 1984 ; Tate, 1984). Ses opinions sur l'importance et les avantages de la fonction de médiateur sont souvent rapportées dans les articles des agents professionnels (Glaser, 1984 ; Jacoby, sans date) et dans les articles de la presse spécialisée, au point d'être considéré comme « un fort supporter du concept » « *a strong supporter of the concept* » (Tate, 1984) dès son introduction au *Post*.

³⁶ « Is really little more than a promotional effort. It does not have the cutting edge to penetrate to the core of [...] credibility problem » (Foisie, 1967a).

Washington Post, la fonction de médiateur de presse réussit à remplir deux critères de grandeur qui étaient absents dans la configuration du *Louisville Courier-Journal*. La médiation de presse se trouve désormais grandie par la position de ce quotidien dans l'espace journalistique étasunien, et, par la suite, international à cause du Watergate, et par la publication de chroniques, attribution qui constitue le dispositif principal de la rhétorique de légitimation de la fonction de médiateur. En fait, la création du poste d'*ombudsman* au *Post* a donné de la visibilité à la fonction. D'autres médias se sont intéressés à cette fonction, sinon pour l'adopter, au moins pour la décrire à leur public. Le *Washington Post* apparaît rapidement comme le modèle à suivre au moment de l'introduction de la fonction de médiateur. En décembre 1970, l'année de la création de fonction au *Post*, les quotidiens *St. Petersburg Times* et *St. Petersburg Independent* introduisent un poste de médiateur sous l'impulsion du premier journal (Nelsen et Starck, 1974, p. 454). Au dehors des frontières des Etats-Unis, le halo de l'*ombudsman* du *Washington Post* se reflète encore. Ainsi, *Le Monde* publie, le 9 mai 1982, une dizaine d'années après la nomination du premier *ombudsman* du *Washington Post* et une douzaine d'années avant l'introduction du médiateur dans ses rédactions, un article sur « Le Médiateur du *Washington Post* », signé R. Solé, qui sera ensuite médiateur du quotidien français.

2.2 La révision de l'histoire

Pourtant, trente-deux années après ce qui a été considéré comme l'événement fondateur de la médiation de presse, les circonstances de l'émergence de cette fonction ont été corrigées. En septembre 1999, au moment de la réorganisation de sa brochure, l'ONO³⁷ apporte plusieurs modifications dans l'histoire du groupe. La partie modifiée n'est pas seulement une mouture de l'édition précédente ; en réalité d'importantes révisions sont opérées. Pourtant, la publication de la brochure n'est pas le point de départ de la réécriture de l'histoire de la fonction. Les événements que nous allons rapporter débutent en juin 1999 et s'achèvent à la fin de l'année 1999, et sont les circonstances qui précèdent et succèdent à l'élaboration de la

³⁷ Deux versions de la brochure sont reproduites en annexe.

brochure. En juillet 1999, O. Okuya³⁸, *senior staff for the ombudsman committee* du quotidien japonais *Yomiuri Shimbun* fait parvenir au secrétaire général de l'ONO, A. C. Nauman, la reproduction d'un article sur la création du comité de médiateurs de l'*Asahi Shimbun*, daté du 21 octobre 1922, ce qui a déclenché des échanges de correspondance entre les membres de l'ONO et a entraîné le réagencement du récit des origines de la médiation de presse. Dès lors, la brochure de l'ONO reconnaît l'antériorité du comité de médiateurs, au Japon, sur l'*ombudsman* étasunien. Ensuite, le 05 septembre 1999, une *ombudsman* étasunienne rectifie, dans sa chronique régulière, les circonstances d'émergence de la médiation de presse. Cela ne tarde pas à avoir des répercussions au sein du groupe et plusieurs agents prennent position sur le sujet, ce qui provoque, de la fin juillet à la mi-octobre 1999, un échange substantiel de courriers entre les membres de l'ONO.

2.2.1 La nouvelle version de la brochure de l'ONO

Dans la brochure de l'ONO qui était en circulation de juillet 1993 à septembre 1999, au chapitre consacré à l'histoire de la fonction, dans la partie concernant les origines de la médiation de presse, on lisait :

« Le médiateur de presse est-il une idée nouvelle ?

D'une manière relative, oui. Le premier médiateur de journal a été désigné en juin 1967, à Louisville, Kentucky, pour agir au nom des lecteurs du *Courier-Journal* et du *Louisville Times*. La première nomination canadienne [d'*ombudsman*] – au *Toronto Star* – a eu lieu en 1972.³⁹ »

Ce récit de l'émergence de la médiation de presse situe péremptoirement les événements et concentre les faits en Amérique du Nord – Etats-Unis et Canada. Ainsi, dans cette brochure de l'ONO, la médiation de presse a une origine géographique, les Etats-Unis. Toutefois, dans la version de la brochure qui a été diffusée parmi les membres de l'ONO en septembre 1999, il a été ajouté :

³⁸ Membre de la direction de l'ONO en 1999, O. Okuya n'occupe plus la fonction de directeur des médiateurs de presse du *Yomiuri Shimbun*. Ce quotidien japonais avait, selon le *Rapport mondial sur la communication* (1997), de l'Unesco, un tirage de dix millions d'exemplaires, en 1995. C'était notamment le plus fort tirage de la presse quotidienne japonaise et mondiale.

³⁹ « Is this a new idea ? Relatively speaking, yes. The first newspaper ombudsman was appointed in June 1967, in Louisville, Ky., to act for readers of *The Courier-Journal* and *The Louisville Times*. The first Canadian appointment – at *The Toronto Star* – was in 1972 » (ONO, 1999a).

« Le concept général provient du 'Bureau d'exactitude et d'équité'⁴⁰, établi en 1913 au *New York World*. Neuf ans plus tard l'*Asahi Shimbun*, à Tokyo, a établi un comité pour recevoir et enquêter sur les plaintes des lecteurs. Il a été modelé d'après le bureau du *World*. Un autre journal grand public de Tokyo, le *Yomiuri Shimbun*, a institué, en 1938, un comité de rédaction pour surveiller la qualité du journal. En 1951 ce groupe est devenu un comité de médiateurs, composé de 28 membres, qui aujourd'hui reçoit les plaintes du lecteur à l'égard du journal et se réunit quotidiennement avec les *editors*⁴¹ ».

On retiendra de cet ajout que le comité de médiateurs institué dans les journaux japonais s'inspiraient du bureau d'exactitude du journal *New York World*. En effet, le rattachement de ce bureau comme précurseur du concept de médiateur de presse est inséré depuis longtemps dans les textes sur la médiation de presse⁴². Or, cet agencement des faits proposé par la brochure de l'ONO, qui a été expédiée au public interne à la rentrée 1999, a subi d'autres modifications avant la fin de cette année-là. En décembre 1999, la brochure introductive sur la médiation de presse disponible sur le site Internet de l'ONO emploie une autre mouture de l'histoire du groupe. Une petite phrase est glissée à l'amorce du paragraphe, pour différencier la portée du récit et séparer géographiquement les événements. D'ailleurs, on ne fait plus de référence au *New York World*. En l'espèce, quelques mois après la version de la rentrée, dans la brochure diffusée à la fin de l'année, l'entrée consacrée aux origines de la médiation de presse a été pratiquement réécrite. Une telle question reçoit désormais une réponse bien différente :

« Le médiateur de presse est-il une idée nouvelle ?

D'une manière relative, oui – au moins aux Etats-Unis et au Canada. Aux Etats-Unis, le premier médiateur de journal a été nommé en juin 1967, à Louisville, Kentucky, pour servir les lecteurs du *Courier-Journal* et du *Louisville Times*. La première nomination canadienne – au *Toronto Star* – a eu lieu en 1972. Le concept existait depuis longtemps au Japon. En 1922, l'*Asahi Shimbun*, à Tokyo, a établi un comité pour recevoir et enquêter sur les plaintes des lecteurs. Un autre journal grand public diffusé à Tokyo, le *Yomiuri Shimbun*, a institué, en 1938, un comité de rédaction pour surveiller la qualité du journal. En 1951, ce groupe est devenu comité de médiateurs, lequel aujourd'hui reçoit les plaintes des lecteurs concernant le journal et se réunit quotidiennement avec

⁴⁰ Traduction de Bertrand (1997, p. 94).

⁴¹ « The general concept stems from a 'Bureau of Accuracy and Fair Play' established in 1913 at *The New York World*. Nine years later *The Asahi Shimbun* in Tokyo established a committee to receive and investigate reader complaints. It was modeled after the *World's* bureau. Another mass circulation Tokyo paper, *The Yomiuri Shimbun*, set up a staff committee in 1938 to monitor the paper's quality. In 1951 this group became a 28-member ombudsmen committee which today hears reader complaints about the paper and which meets daily with editors » (Maezama, 1999).

⁴² Nous y reviendrons infra.

les *editors*. Actuellement, les médiateurs de presse sont établis en Amérique du Nord et du Sud, en Europe et dans certaines régions du Moyen Orient et de l'Asie⁴³ ».

Par rapport à la version en circulation depuis 1993, l'actuelle brochure délimite géographiquement, à travers les termes de « au moins aux Etats-Unis et au Canada », les origines de la médiation de presse, préoccupation qui était absente dans la première édition. En fait, cette coupure spatiale signifie la confrontation de deux pôles de légitimation de la médiation de presse : d'un côté, « aux Etats-Unis, le premier médiateur de journal », de l'autre côté, on localise au Japon la mise en chantier d'un « concept qui existait depuis longtemps » avant d'être adopté en Amérique du Nord. Ainsi, on admet l'antériorité de l'introduction du concept au Japon, sans pourtant reconnaître explicitement cette expérience en tant qu'instance de médiation de presse⁴⁴. Qui plus est, la détermination de l'origine de la fonction aux Etats-Unis a été réalisée sans procéder à une spécification des tâches accomplies par les précurseurs, tandis que la description de la médiation de presse japonaise est accompagnée d'un recensement des activités professionnelles – recevoir les plaintes des lecteurs et se réunir quotidiennement avec les rédacteurs en chef – qui cerne ses champs d'action. Cette définition déprécie en filigrane le médiateur de presse japonais parce qu'il ne produit ni critique interne, ni externe.

Dans la représentation de la fonction mise en circulation par l'ONO, si le médiateur ne publie pas de chroniques, il risque de n'être qu'un simulacre de la médiation de presse et de prendre la forme d'un service clientèle. Ainsi, la définition du comité de médiateurs japonais donnée par la brochure de l'association de médiateur le rapproche davantage d'un service clientèle que des canons de l'ONO. Toutefois, l'ONO évite d'associer le médiateur de presse à un simple service clientèle, ce qui ferait perdre de sa légitimité au groupe professionnel. Il est alors question d'inclure le phénomène de médiation de presse japonaise parmi les

⁴³ « Relatively speaking, yes – at least in the United States and Canada. The first newspaper ombudsman in the U.S. was appointed in June 1967 in Louisville, Kentucky, to serve readers of *The Courier-Journal* and *The Louisville Times*. The first Canadian appointment – at *The Toronto Star* – was in 1972. The concept was in place much earlier in Japan. The *Asahi Shimbun* in Tokyo established a committee in 1922 to receive and investigate reader complaints. Another mass circulation Tokyo paper, *The Yomiuri Shimbun*, set up a staff committee in 1938 to monitor the paper's quality. In 1951 this group became an ombudsman committee which today hears reader complaints about the paper and which meets daily with editors. News ombudsmen today are found throughout North and South America, Europe, and parts of the Middle East and Asia » (ONO, 1999b).

⁴⁴ Notons que dans les autres phénomènes de médiation, les observateurs ont mis en place une systématisation qui classe les acteurs selon les institutions auxquelles les médiateurs sont rattachés. En empruntant la séparation entre « instance de médiation » et « activités de médiation » formulée par Bonafé-Schmitt (1993), on discerne que la description des phénomènes de médiation de presse établit une distinction basée sur la complétude des activités de médiation selon une liste d'activités, de situations de médiation et de positions statutaires du médiateur.

phénomènes de médiation mais en le disqualifiant, de manière à ce qu'il demeure éloigné de la représentation du médiateur de presse paradigmatique. Quand bien même l'ONO insère la constitution des comités de médiateurs dans le récit de la fonction, la question des origines de la médiation de presse n'est pas réglée. Le choix linguistique pour faire référence aux événements japonais en apporte la preuve. Au demeurant, les enjeux de la discussion sont moins le jalonnement spatio-temporel de la médiation de presse, que la légitimation d'une fraction du groupement professionnel et que la représentation paradigmatique de la fonction de médiateur de presse. En analysant la dynamique de positionnement des agents à la lumière de l'approche interactionniste, on parvient à restituer les luttes internes dans les groupements en tant qu'éléments de la représentation du rapport entre les professionnels et les usagers et des prises de positions visant à garantir l'influence au sein du groupement (Bucher et Strauss, 1992).

2.2.1.1 *L'échange de correspondance*

En effet, les modifications apportées aux origines de la médiation de presse ont eu des répercussions à l'intérieur de l'ONO et marquent de positionnements des agents pour s'assurer une place d'influence. La livraison de la brochure aux adhérents de l'ONO, au début septembre 1999, a rapidement provoqué des réactions à propos de la définition et des caractéristiques de la médiation de presse. L. Raymond, ombudsman du *Louisville Courier-Journal*, a produit une chronique dans laquelle elle effectue, en faisant fond sur les précisions apportées par la brochure, un rectificatif des origines de la médiation de presse. Dans les pages du quotidien concernant les débuts de la médiation de presse, elle écrit :

« Le *Courier-Journal* pensait qu'il avait créé le premier médiateur de presse en 1967. En fait, les japonais ont inventé l'idée en 1922. [...] Pendant trente-deux années, le *Courier-Journal* était fier de la certitude d'avoir nommé le premier médiateur de journal et d'avoir lancé le mouvement international du médiateur de journal. Nous avons tort. Nous ne savions pas que le concept opérait déjà depuis plusieurs années au Japon. Notre erreur est devenue claire quand le secrétaire exécutif de l'ONO Art Nauman a corrigé une brochure⁴⁵ ».

⁴⁵ « The *Courier-Journal* thought it was creating the first news ombudsman in 1967. In fact, the Japanese invented the idea in 1922.[...] For 32 years, *The Courier-Journal* has taken pride in the belief that it appointed the first newspaper ombudsman and launched the international newspaper ombudsman movement. We were wrong. We didn't know that the concept had already been operating for many years in Japan [...].Our error came

Dans ce rectificatif de L. Raymond, on remarque que la nouvelle détermination des origines de la médiation de presse a des implications sur les précurseurs d'un mouvement qui s'est répandu dans plusieurs pays. Pourtant, si L. Raymond avoue promptement l'erreur et attribue aux journaux japonais l'introduction du médiateur de presse, d'autres agents seront davantage réticents et déplaceront les débats sur le concept de médiateur. Cela remettrait le médiateur de presse japonais dans une position d'infériorité par rapport au médiateur de presse étasunien.

2.2.1.2 La persistance des origines étasuniennes

Le rectificatif de L. Raymond dans le *Louisville Courier-Journal* a donné lieu à des échanges de communications confrontant des agents de la médiation de presse. Cette confrontation revient, en l'occurrence, à une « épreuve » qui a exigé le repositionnement des agents (Walter, 1996a, p. 89). Dans cette épreuve, il sera moins question d'énoncer des règles normatives du groupe que de resserrer les rangs et de se repositionner dans la défense d'une définition de la médiation de presse. Cette confrontation a rassemblé des médiateurs de presse en activité et des membres de l'ONO. En plus de L. Raymond et O. Okuya, déjà cités, d'anciens médiateurs de presse et également membres de l'ONO, comme l'étasunien A. C. Nauman⁴⁶ et le japonais T. Maezawa⁴⁷ ont pris part aux débats. Un article de T. Maezawa, disponible sur le site de l'ONO⁴⁸, a reproduit des extraits des discussions sur l'histoire du groupe tenus à l'intérieur du groupement des médiateurs de presse. Dans cet article, intitulé « The controversy over the origins and functions of ombudsmanship », publié originellement dans *Communication Science*, périodique de la l'Université Tokyo Keizai, à laquelle l'auteur

to light when ONO's executive secretary Art Nauman revised a brochure ». In : L. Raymond, « We were wrong », *Louisville Courier-Journal*, 05/07/1999 (Cité par Maezawa, 1999).

⁴⁶ A. C. Nauman occupe une place singulière à l'ONO : en dépit de remplir à l'époque la fonction de secrétaire général, il n'exerce plus la fonction de médiateur et son nom ne fait pas partie de la liste de membres actifs de l'association. Ancien médiateur du *Sacramento Bee*, quotidien régional de la Californie, A. C. Nauman, il est largement cité dans des articles de presse – comme Tate (1984) et Mckenna (1993) – et des textes de membres de l'ONO. Par exemple, le brésilien C. T. Costa considérait A. C. Nauman le « plus respecté ombudsman » des Etats-Unis et l'« âme » de l'ONO (Costa, 1991, p. 31).

⁴⁷ T. Maezawa était directeur du comité d'ombudsman du *Yomiuri Shimbun*, de 1981 à 1991, et a été critique de médias du *Daily Yomiuri*, quotidien japonais en anglais. Actuellement, il se consacre à l'enseignement à l'Université Tokyo Keizai.

⁴⁸ Cet article était accessible sur site de l'ONO à la fin de 1999. Au début 2000, il y a été retiré et à la fin 2001, il y était de nouveau disponible.

est attaché, T. Maezawa rapporte plusieurs fragments d'articles de presse et du bulletin interne de l'ONO, dans lesquels sont reproduits les positionnements d'autres médiateurs.

Cet épisode est riche en subtilités et en confrontation symbolique pour la démarcation du territoire, pour la légitimation d'une représentation de la médiation de presse et pour la revendication, de certaines fractions du groupe, d'être ceux qui portent le mieux ce titre. En l'occurrence, la modification apportée à la brochure de l'ONO n'est pas anodine. Des membres du groupe qui ont accueilli et accepté la monture de l'histoire du groupe risquent de perdre leurs positions et d'amenuiser leurs intérêts dans l'univers professionnel. Les enjeux de ce débat sont la définition de la médiation de presse, une définition qui ne fait pas abstraction des origines et des attributions du médiateur. Trancher sur les origines de la fonction de médiateur, c'est également arbitrer les attributions et les compétences professionnelles du médiateur de presse. Toutefois, certains acteurs de cet épisode se sont soustraits au travail d'attribution d'une définition à la médiation de presse, tout en, par des voltiges sémantiques, disqualifiant le médiateur de presse japonais. Qui plus est, au lieu de rendre incontestable les origines de la médiation de presse, les modifications de la brochure suscitent des discussions sur la définition de médiateur de presse. Dans son article, T. Maezawa expose ce qui, à son avis, constitue les enjeux de cette confrontation :

« En dépit de l'honnête explication [de L. Raymond], je dirais que la question 'Quelle est l'origine du médiateur de presse ?' n'a jamais reçu de réponse. Autrement, nous sommes confrontés à une autre question à laquelle il est difficile de répondre, qui est 'Pourrions-nous reconnaître le système de vérification du contenu des journaux, au Japon, comme l'équivalent de la médiation de presse des américains ?' [...] Ma réponse est que nous ne le pouvons essentiellement pas. [...] J'hésite à reconnaître que le 'système de vérification du contenu des journaux' au Japon peut être considéré comme digne de la médiation de presse. [...] Néanmoins, nous ne pouvons pas ignorer quelques caractéristiques et fonctions communes qu'ils ont dans leurs travaux internes⁴⁹ ».

Devant cette épreuve, le positionnement des agents se produit de façon paradoxale : ceux qui pourraient être désavantagés par les modifications des origines de la médiation de presse, c'est-à-dire L. Raymond, *ombudsman* du *Louisville Courier-Journal*, s'empressent de reconnaître l'antériorité des japonais ; alors que ceux qui pourraient être favorisés par ces

⁴⁹ « In spite of her honest explanation, I would say that the question, 'What is the origin of ombudsmanship?' has never been answered. Otherwise, we are faced another question difficult to answer, that is, 'Can we recognize newspaper-contents checking systems in Japan as ombudsmanship equivalent to American's?' [...] My answer is that we essentially cannot. I hesitate to recognize that 'newspaper-contents checking systems' in Japan can be regarded as worthy of ombudsmanship. [...] Nevertheless, we can't ignore some common characteristics and functions they have as in-house jobs » (Maezawa, 1999).

modifications, c'est-à-dire T. Maezawa, ancien directeur du comité d'ombudsman d'un quotidien japonais, hésite à prendre une attitude catégorique. T. Maezawa recule devant la légitimité de la médiation de presse japonaise par rapport à la médiation de presse étasunienne. Il cherche à « argumenter contre⁵⁰ » le fait que la médiation de presse « est venue ou au moins a été inventée au Japon⁵¹ », quoiqu'il reconnaisse que la médiation de presse étasunienne et les comités de médiateurs japonais possèdent des « caractéristiques et fonctions communes qu'ils ont dans leurs travaux internes⁵² ».

Dans une note introductive au rapport « Est-il juste et exact d'appeler les *watchdogs* japonais 'médiateurs' ? »⁵³ de T. Maezawa envoyé aux membres de l'ONO, le 05 octobre 1999, A. C. Nauman, alors secrétaire général de l'association, n'en convient pas et déclare que le débat sur « le temps exact et l'emplacement des origines des programmes de médiateurs de presse⁵⁴ » restent ouverts. En somme, la détermination du lieu d'émergence de la fonction s'accompagne de la caractérisation du médiateur de presse plus digne que les autres, ce qui se produit par la fixation d'attributions, le répertoire des tâches accomplies par les titulaires de la fonction et la place occupée par le médiateur dans l'entreprise de presse.

2.2.1.3 La connaissance de la médiation japonaise

Après la réception de la reproduction d'un article du quotidien *Asahi Shimbun*, de 1922, la direction de l'ONO dispose de preuves matérielles de l'antériorité de l'introduction du concept de médiateur au Japon, et procède à la révision de sa brochure en insérant ces informations. Pourtant, parmi les membres de l'ONO, la connaissance de l'histoire des comités de médiateurs de la presse écrite japonaise est moins récente que son inclusion dans la brochure de cette association. Au Brésil, en deux circonstances, ces informations ont été repassées à des publics externes à la médiation de presse. En 1991, au « Troisième Colloque International de Journalisme⁵⁵ », parrainé par l'IBM Brasil et réalisé au Brésil, T. Maezawa exposait les origines du comité de médiateurs de *Yomiuri Shimbun* à un public de journalistes. Dans les actes de ce colloque, dans la présentation de la communication de T. Maezawa, sous

⁵⁰ « Argue against » (Maezawa, 1999).

⁵¹ « It originated, or at least invented, in Japan » (Maezawa, 1999).

⁵² « We can't ignore some common characteristics and functions they have as in-house jobs » (Maezawa, 1999).

⁵³ « Is it fair and accurate to call Japanese watchdogs 'ombudsmen'? ».

⁵⁴ « The exact time and location of the origins of news ombudsmanship ». In : A. Nauman, *News from ONO*, 5 octobre 1999 (Cité par Maezawa, 1999).

⁵⁵ « Terceiro Encontro Internacional de Jornalismo ».

la responsabilité du directeur de la conférence, le journaliste brésilien G. Piolli, on ne fait pas la différence entre la médiation de presse et les programmes mis en place au Japon. Dans le titre de l'article, le conférencier est présenté dans sa qualité de « médiateur de neuf millions de lecteurs⁵⁶ ». La biographie de T. Maezawa relate qu'il « a déjà exercé la fonction de médiateur de presse dans le journal japonais *Yomiuri Shimbun*⁵⁷ » et que « le comité de médiateur du *Yomiuri Shimbun* – officiellement Comité d'Inspecteurs du Contenu du Journal – a été formé en 1951 ». D'une part, M. Xavier⁵⁸ (1996) raconte que les journalistes japonais avaient adopté une fonction analogue à la médiation de presse, dans les années 1940. Par ailleurs, même si l'antériorité de la médiation de presse japonaise était déjà en circulation, les précisions documentaires apportées par O. Okuya ont fait reculer en deux décennies l'introduction des comités de médiateurs.

2.3 Les ancêtres de la médiation

En septembre 1999, dans le bulletin de l'ASNE – Association étasunienne des rédacteurs en chef de quotidien –, S. Lamont, trésorier de l'ONO et ombudsman du quotidien régional *Sacramento Bee*, en Californie, rapporte que les journaux japonais sont allés chercher le concept d'une « équipe de représentants des lecteurs⁵⁹ » dans le Bureau d'exactitude et d'équité mis en place par un quotidien étasunien *New York World*. S. Lamont présente comme certain le fait que le Bureau d'exactitude et d'équité du *New York World* ait motivé le comité d'ombudsmen du quotidien japonais *Asahi Shimbun*, qui reçoit, dès 1922, les plaintes de lecteurs : « Cependant, l'innovation [des japonais] avait été effectivement empruntée à un autre journal : Le *New York World*, de Pulitzer, qui, une décennie plus tôt, possédait un comité auquel l'on pouvait adresser de tels sujets⁶⁰ ».

⁵⁶ « O ombudsman de 9 milhões de leitores »

⁵⁷ « Já exerceu a função de ombudsman do jornal japonês *Yomiuri Shimbun* » (Maezawa, 1991, p. 131).

⁵⁸ Journaliste, M. Xavier a été ombudsman de l'*AN Capital*, quotidien régional brésilien à Santa Catarina, de septembre 1996 à août 1997. M. Xavier était membre de la Commission d'éthique du syndicat des journalistes de l'état de Santa Catarina et a enseigné dans les cours de communication.

⁵⁹ « A staff of reader representatives » (Lamont, 1999a).

⁶⁰ « But the innovation had actually been borrowed from yet another newspaper: Pulitzer's *New York World*, which had a committee to address such concerns a full decade earlier » (Lamont, 1999a)

Dans un article de la presse périodique spécialisée paru au début de l'année 2000, cet épisode du récit des origines de la médiation de presse est toutefois complètement rayé. Produit par un 'profane' qui ignore les subtilités des confrontations à l'intérieur l'ONO, cet article attribue aux japonais la genèse de la médiation de presse, sans faire cas de la brève expérience du quotidien new-yorkais. En janvier 2000, dans l'article qui a fait la couverture du magazine *Editor & Publisher*, spécialisé dans le journalisme et qui s'adresse prioritairement aux cadres des entreprises de presse écrite, on lit que « le concept [d'ombudsman] est arrivé au Japon, lorsqu'en 1922, le journal *Asahi Shimbun*, de Tokyo, a établi un comité pour recevoir et enquêter sur les plaintes des lecteurs. Les Etats-Unis ont eu leur premier médiateur de journal en 1967, pour les lecteurs du *Courier-Journal* et du *Louisville Times*, au Kentucky.⁶¹ ». Rien n'est dit sur le quotidien *New York World*.

La divergence entre les différents récits consacrés aux ancêtres de la médiation s'explique par les modifications apportées à la brochure de l'ONO pendant l'année 1999. Dans la version distribuée aux membres de l'association en septembre 1999, on insère l'antériorité du Bureau d'exactitude et d'équité sur les comités de médiateurs des quotidiens japonais. La version que l'ONO diffusait en décembre 1999, tant aux adhérents de l'organisme qu'au public interne fait l'économie de ce passage, comme nous pouvons constater supra. Par l'examen des documents accessibles sur le site Internet de l'ONO et d'autres textes sur la médiation de presse, on pourra faire le point sur cette divergence. Tout d'abord, nous allons retirer des textes des informations sur le Bureau d'exactitude et d'équité, que la monture de la brochure de septembre 1999 considère comme l'ancêtre des programmes japonais. Il sera question de répondre aux suivantes interrogations : S'agissait-il d'un département interne de vérification de l'exactitude des informations à être publiées ou déjà publiées par le *New York World* ? Etait-il un bureau de réception et d'enquête des réclamations des lecteurs ? Accomplissait-il ces deux tâches ?

Les écrits sur la médiation ne donnent pas beaucoup de détails sur le ce bureau, ne permettant pas de déterminer exactement en quoi il consistait. Parmi les documents disponibles sur le site de l'ONO, un article de 1984 est, chronologiquement, le premier à évoquer le journal *New York World*. La journaliste pigiste de la *Columbia Journalism Review*, C. Tate (1984) ne tisse pas de rapports entre ce journal et les journaux japonais. En fait, elle

⁶¹ « The concept came to Japan in 1922, when the *Asahi Shimbun* newspaper in Tokyo established a committee to receive and investigate reader complaints. The United States got its first newspaper ombudsman in 1967, for readers of *The Courier-Journal* and *The Louisville Times* in Kentucky » (Moses, 2000).

ne mentionne pas d'autres médias que ceux étasunien et canadien. Du reste, l'auteur met diversement en relation le Bureau d'exactitude et d'équité et la médiation. Selon elle, des « circonstances semblables⁶² », à savoir le manque de confiance du public dans les journaux, ont entraîné aussi bien la création du bureau du *World* que l'implantation de la fonction de médiateur dans des journaux. Pourtant, elle ne fait pas le lien entre ces situations. Quant au fonctionnement de ce bureau, C. Tate cite un propos de R. Pulitzer (1916), propriétaire du journal, dans l'*American Magazine*, dans lequel il avance que ce service s'occupait de séparer « ce qui est vrai et ce qui est faux⁶³ » dans le journal.

Un ouvrage écrit par un médiateur de presse brésilien, et qui ne fait pas partie des documents Internet de l'ONO, transmet quelques informations sur ce sujet. Dans le chapitre introductif sur la médiation de presse, le premier *ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, C. T. Costa (1991) rapporte des informations sur ce bureau rencontrées dans un travail de J. Hohenberg (1978). Selon ce dernier auteur, ceux qui voulaient se plaindre du contenu du *New York World*, par lettre, par téléphone ou personnellement, pouvaient s'adresser à ce bureau où un fonctionnaire, lequel recevait la réclamation et assurait au lecteur que « quelque chose serait fait⁶⁴ ». A l'instar de C. Tate, C. T. Costa ne dresse pas de liens entre l'initiative de R. Pulitzer et la médiation de presse. C'est exactement l'opposé que l'on rencontre dans un ouvrage français. C.- J. Bertrand n'hésite pas à établir la filiation de la médiation et affirme que la cette fonction est antérieure à la nomination du premier occupant d'un poste ayant cette appellation puisque « en fait, le premier [« ombudsman »] date sans doute de 1913, quand Pulitzer créa un Bureau d'exactitude et d'équité pour recevoir les plaintes adressées au *World* » (Bertrand, 1997, p. 94).

Cette version du récit des origines de la médiation de presse semble être ignorée des membres de l'ONO. Outre le fait qu'aucune monture de la brochure n'y fasse référence, on constate l'oubli de l'importance du département implanté par R. Pulitzer. Ainsi, L. Raymond, *ombudsman* du *Louisville Courier-Journal*, conteste la version selon laquelle l'*Asahi Shimbun* a emprunté l'idée du *New York World*. Elle met en doute l'influence du journal new-yorkais sur les journaux japonais. En fait, après avoir fait des recherches sur un microfilm des éditions du *World* dans la période supposée de mise en chantier du bureau, L. Raymond n'a pas réussi

⁶² « Similar circumstances » (Tate, 1984).

⁶³ « That which is true and that which is false » (Tate, 1984).

⁶⁴ « Alguma coisa seria feita ». In : Hohenberg, J. (1978) *A crisis for the american press*. New York : Columbia University Press. Cité par C. T. Costa (1991, p. 19).

à « retrouver l'histoire citée par Asahi⁶⁵ ». En ce qui concerne le lien entre le bureau du *World* et la fonction de médiateur (Bertrand, 1997), les textes mentionnés ci-dessus n'apportent aucune preuve et les textes fondateurs de la médiation de presse aux Etats-Unis (Bagdikian, 1967 ; Raskin, 1967) ne font pas état de l'initiative de R. Pulitzer. Il est bien probable qu'il y a eu une solution de continuité entre ces deux mécanismes. Par ces textes, il n'est pas possible d'établir de lien causal entre ce bureau et les comités d'ombudsman des journaux japonais, ni entre le premier et l'institution de la fonction de médiateur de presse. Au reste, si le Bureau d'exactitude et d'équité a été l'ancêtre de la médiation, cette circonstance a été oubliée ou est inconnue des membres de l'ONO. Preuve en est que entre la monture de la brochure de la rentrée 1999 et celle de la fin de la même année, l'antériorité des programmes de médiateur des journaux japonais persiste, tandis que leur source d'inspiration reste absente du chapitre sur les origines de la fonction. La médiation de presse diffusée par l'ONO et la médiation de presse japonaise coexistent encore avec la médiation de presse suédoise⁶⁶.

2.4 *Narrowing ou expansion*

A. C. Nauman invite les adhérents à apporter du crédit aux médiateurs de presse japonais. Il s'appuie sur l'antériorité de la médiation de presse japonaise qui, à son avis, a fondé « la base solide de ce qui est devenu plus tard le médiateur indépendant aux Etats-Unis et ailleurs, fonctionnant seul et indépendamment⁶⁷ »⁶⁸. Ce positionnement est une manifestation des écueils auxquels est exposée la médiation de presse japonaise. La

⁶⁵ « Finding the story Asahi cited ». In : Raymond, L. « Forum », *The Courier-Journal*, 05/09/1999 (cité par Maezawa, 1999).

⁶⁶ En Suède, le médiateur de la presse a été institué en 1969, pour agir en convergence avec le Conseil de Presse national. Le médiateur reçoit et traite les plaintes des lecteurs de toute la presse et peut faire des enquêtes de sa propre initiative. Dans tous les cas de figure, le médiateur peut proposer ou indiquer des solutions. En outre, il a un pouvoir de décision que la majorité des médiateurs de presse ne possèdent pas : les délibérations défavorables au journal doivent paraître dans les pages de la publication sanctionnée. Dans d'autres cas, le médiateur peut servir d'intermédiaire dans le cas d'un arrangement à l'amiable entre le lecteur réclamant et le journal, et dans celui de l'obtention, par exemple, de la publication d'un rectificatif ou du désistement d'une procédure judiciaire (Mac Bride, 1980, p. 308). A sa désignation participent un conseil composé du Médiateur Parlementaire, de représentants de l'Ordre des Avocats et du Comité de Collaboration de la Presse (Maezawa, 1999).

⁶⁷ « For laying the solid basis for what later was to become the independent ombudsman in the U.S. and elsewhere, functioning alone and independently » (Nauman, cité par Maezawa, 1999).

⁶⁸ Des extraits de la note introductive de A. Nauman et l'intégralité du rapport « Is it fair and accurate to call Japanese watchdogs 'ombudsmen'? » de T. Maezawa sont reproduits dans l'article de ce dernier.

valorisation de la médiation de presse japonaise implique l'acceptation de l'antériorité, de la modélisation différentielle et de l'isolement du modèle. Ainsi, les agents de cet espace professionnel admettent l'antériorité des activités de médiation japonaises par rapport à l'introduction de la fonction d'*ombudsman* au *Louisville Courier-Journal*. Conjointement, les agents insistent toutefois sur les particularités de la médiation de presse implantée au Japon, qui aurait « le but et les activités [...] trop différents de ceux du conseil de la presse ou de la médiation de presse inventés dans les autres pays.⁶⁹ ». Par conséquent, la médiation de presse japonaise est détachée de l'ensemble du restant de la médiation de presse. La spécificité japonaise n'a pas été une raison pour repousser et ne pas accepter de représentants de ce groupe au sein de l'association de médiateurs. Comme la fonction de médiateur de presse demeure en difficulté de progression numérique, l'ONO ne peut pas s'autoriser à rejeter les candidatures de personnes exerçant des fonctions analogues ne correspondant pas à la représentation paradigmatique. Pour admettre les médiateurs japonais parmi les membres de l'ONO, ses directeurs exécutent un « travail de déplacement » décrit par J.-Y. Trépos (1992). Afin de soutenir l'expansion du groupe, le travail de déplacement réalisé par l'organisation professionnelle cherche à rapprocher des situations de travail, ce qui se fait à trois niveaux : « le déplacement des appareils d'encadrement permettant l'intervention de nouveaux agents ; le déplacement des limites du revendiquable, permettant de redéfinir le terrain de l'intervention ; déplacement des techniques de manifestation, permettant de nouveaux modes d'intervention » (Trépos, 1992, p. 45). Dans ce cas d'espèce, nous sommes face à un réagencement des appareils d'encadrement, ce qui rend possible l'inclusion des médiateurs de presse japonais dans l'ONO, qui font partie de l'association dès 1985. Nous sommes alors en présence d'un déplacement géographique qui entraîne un déplacement terminologique. Au Japon, les entreprises de presse attribuent des désignations variées aux programmes de médiation. La plus adoptée est celle de « Comité de Vérification des Journaux⁷⁰ », mais aussi « Cabinet d'Inspection des Informations, Département d'Evaluation du Contenu des Informations, Section de Vérification des Articles⁷¹ ». En conséquence, les membres de ces comités ne sont pas officiellement appelés médiateurs ; ils s'auto-désignent « représentants des lecteurs » (Maezawa, 1992, p. 134), une appellation que l'ONO reconnaît d'ailleurs

⁶⁹ « The aim and activities are too different from the ones of the press council or ombudsmanship invented in other countries » (Maezawa, 1999).

⁷⁰ « Comitê de Checagem de Jornais » ou « The Committee for Checking Papers » (Maezawa, 1992, 1999).

⁷¹ « Conselho de Inspeção de Reportagens Jornalísticas, Departamento de Avaliação do Conteúdo das Notícias, Seção de Checagem de Artigos » ou « The Chamber for Inspection of News Stories, The News Content Evaluation Department, The Section for Checking Articles » (Maezawa, 1992, 1999).

comme similaire à celle d'*ombudsman*. Toutefois, les chargés de ces départements n'osent pas trop se faire appeler « médiateur ». Selon T. Maezawa (1999), les causes en sont : la charge étymologique et historique du mot scandinave, qui ne devraient pas être employé que dans les cas où existe une représentation de tout public, de l'intérêt public.

Au *Yomiuri Shimbun*, unique quotidien japonais adhérent de l'ONO, le département des médiateurs a une désignation qui serait littéralement traduite du japonais en anglais comme « *Committee of Newspaper Contents Inspectors* ». Pourtant, comme le terme '*Inspectors*' peut connoter la censure, l'ONO et le directeur de ce département ont préféré *ombudsman committee*, une nomenclature édulcorée, dont l'adhérent de l'organisation est le *senior staff*. La spécificité de la médiation de presse japonaise consiste aussi dans l'isolement des autres pays. Le modèle de médiation de presse, implanté avant les autres pays, n'a pas d'équivalent et a développé sans subir l'influence d'autres pays. Au demeurant, parmi les adhérents de l'ONO, les médiateurs de presse japonais sont les uniques à ne pas être une copie, une adaptation ou une version de la représentation paradigmatique mise en circulation aux Etats-Unis.

A la différence d'autres pays qui ont adopté la médiation de presse, la majorité des journaux japonais possède un mécanisme interne de vérification de l'exactitude, de la crédibilité et de la déontologie et ces comités de médiateurs de quotidiens japonais possèdent une certaine durée – la majorité est en activité depuis plus de trente années. Dans ce groupe, quelques-uns datent d'avant la Seconde Guerre Mondiale. En avril 1997, selon une enquête de la NSK – *Nihon Shinbun Koykai*⁷² – 56 des 94 quotidiens japonais sondés, d'un univers total de 116 quotidiens en circulation, avaient un comité de vérification des réclamations des lecteurs⁷³. La complexité du système de comité et la diversité par rapport aux autres modèles fait du médiateur de presse un égal et un étranger. Au lieu d'un seul médiateur pour chaque média, au Japon ils forment un département dans les médias. Avec son tirage de dix millions d'exemplaires quotidiens, le *Yomiuri Shimbun* n'a pas un médiateur mais un département tout entier qui se consacre à ces activités. En 1991, vingt et un journalistes y travaillaient ; quatorze dans l'analyse du contenu rédactionnel et le restant s'occupant de répondre aux critiques et aux doutes des lecteurs (Maezawa, 1992). En 1999, ce comité était composé de 28 journalistes (Maezawa, 1999). De même qu'au *Yomiuri Shimbun*, dans chaque entreprise de presse écrite japonaise disposant de la médiation, les occupants de la fonction sont organisés

⁷² Association japonaise des éditeurs et rédacteurs de journaux.

⁷³ Maezawa (1999).

en départements ou en comités. En moyenne, ils sont huit dans chaque entreprise, distribués en cellules ayant des tâches différentes et dirigées par des personnes distinctes. Cette distinction amène les dirigeants de l'ONO à affirmer que le comité de médiateurs japonais « dépasse tout ce qu'on trouve (ou trouvait dans le passé) parmi les journaux étasuniens⁷⁴ ».

L'obstacle à l'entrée des autres quotidiens japonais dans l'association est la représentation de la médiation de presse japonaise et de celle pratiquée par les membres de l'ONO. Leurs différences constitueraient une barrière infranchissable. Ainsi, de même que la médiation de presse japonaise est, dans un dessein d'expansion numérique, rendue équivalente à celle d'autres médiateurs, elle est dissociée de la représentation paradigmatique. En fait, les japonais considèrent qu'ils ont une faiblesse en comparaison avec le modèle adopté par l'ONO. Il s'agirait du « manque de découverte et d'indépendance⁷⁵ » et du fait que la médiation de presse japonaise a été instituée pour encourager le contrôle de qualité et non pas pour répondre au droit de savoir du public et pour permettre l'accès des lecteurs au média, comme prêche le discours de justification des agents professionalistes étasuniens. Nous touchons alors au point nodal de la représentation de la médiation : le médiateur de presse doit être indépendant, et cette indépendance aura comme preuve le fait qu'il puisse « rendre publiques des informations qui pourraient exposer à un risque le concept, la stabilité interne et l'image du produit dans les médias⁷⁶ ». Ainsi, ce qui entraverait la mise en équivalence des médiateurs de presse japonais et la représentation paradigmatique de titulaire de la fonction, ce serait le défaut de '*go public*', le peu de disposition à « divulguer des informations sur eux-mêmes et [à] inviter des lecteurs à participer des discussions⁷⁷ » déontologiques.

Toutefois, par les informations transmises par la brochure dans la présentation de la définition et des activités professionnelles accomplies par les médiateurs de presse, les médiateurs de presse japonais ne détonnent pas dans l'ensemble. Comment appréhender la dynamique de ces mouvements de mise en équivalence et de différenciation ? La dynamique de ces mouvements prend sens si nous l'analysons par le biais du discours de justification et de légitimation de la médiation de presse. Sous cet angle, on discerne plusieurs strates du discours, dont les différenciations concernent les publics auxquels ils s'adressent. D'un côté, nous avons un discours que les agents professionalistes adressent au public interne, c'est-à-

⁷⁴ « Exceeds anything that is (or was in the past) found among American newspapers » Nauman (cité par Maezawa, 1999).

⁷⁵ « Lack of disclosure and independence » (Maezawa, 1999).

⁷⁶ « Em tornar público informações que poderiam colocar em risco o conceito, a estabilidade interna e a imagem do produto na mídia » (Xavier, 1997).

⁷⁷ « To disclose information about themselves and invite readers to participate in discussion » (Maezawa, 1999).

dire aux propres médiateurs, dont la pièce maîtresse est l'indépendance du titulaire de la fonction. De l'autre côté, nous serons en présence du discours destiné aux publics externes, qui devient préférentiellement la direction des entreprises de presse, mais aussi les journalistes et l'audience des médias. Dans ce cas de figure, l'accent est mis sur la qualité, la crédibilité, la régulation des pratiques professionnelles, la préoccupation avec le public.

De cette manière, tout en détonnant de la figure paradigmatique véhiculée à l'intention du public interne, le médiateur de presse correspond bien au niveau de discours destiné aux publics externes. Ainsi, les agents professionnalistes pourront paisiblement reconnaître que « alors que les médias japonais n'ont pas pu appeler la fonction de 'médiation de presse', ils agissaient (et agissent) certainement dans l'esprit classique du médiateur en faisant des pas efficaces pour améliorer leur qualité et, donc, leur crédibilité⁷⁸ ». En effet, les objectifs déclarés de la médiation de presse japonaise – améliorer l'exactitude et l'impartialité –, et ses activités professionnelles – conférences quotidiennes avec les *editors* pour évaluer le traitement de l'information ; rapports internes deux fois par semaine ; chroniques et rapports dans le journal ; composition de jury de concours organisés par le journal.

Cette situation paradoxale peut s'expliquer par un double mouvement de légitimation du groupe et de formation d'une identité collective. En fait, le travail de conviction adressée au public externe s'articule sur la constitution de l'identité professionnelle du groupe (Baszanger, 1990, 268), de manière à ce que les actions de disqualification du médiateur de presse japonais soient de prise sur la mise en circulation de la représentation paradigmatique de la fonction. Au fond, la prise en compte de l'antériorité des comités de médiateurs de presse japonais se produit conjointement à une définition de sa valeur, qui est montrée comme inférieure à la médiation de presse étasunienne. Le concept lancé aux Etats-Unis est ainsi assimilé à « l'adoption la plus contemporaine [...] de la terminologie spécifique d'ombudsman de presse⁷⁹ », de sorte que les Etats-Unis sont désignés comme « le pays le plus expérimenté en la matière⁸⁰ ».

⁷⁸ « While the Japanese media may not have been calling the function 'ombudsmanship', they certainly were (and are) acting in the classic spirit of ombudsman by taking active steps to improve their quality and, thus, their credibility » (Nauman, cité par Maezawa, 1999).

⁷⁹ « A adoção mais contemporânea [...] da terminologia específica de 'ombudsman de imprensa' » (Xavier, 1996).

⁸⁰ In : R. Solé, « Médiateurs de tous pays... », *Le Monde*, 04/06/2000.

3 La modélisation par les études et par l'ONO

Dans le chapitre précédent, nous avons examiné la construction et la mise en circulation d'une représentation paradigmatique du médiateur de presse au travers de la (ré)écriture de l'histoire du groupe et de sa définition. La mise en place d'un nouveau poste dans la presse étasunienne provoque, dans la presse et chez les chercheurs 'indigènes', des efforts de conceptualisation, de caractérisation, de définition, de reconstitution du profil sociologique des titulaires de la fonction et d'élaboration d'un diagnostic des motivations et des perceptions du rôle. Ces opérations vont volontairement ou involontairement prendre part au processus de modélisation de la médiation de presse. Dans un premier temps, nous allons traiter des études produites par des observateurs externes au groupe des médiateurs¹. Il sera question d'articles étasuniens publiés principalement dans de périodiques spécialisés en journalisme qui sont édités par des écoles de journalisme et par des associations de journalistes ou de journaux, notamment dans la *Journalism Quarterly* et dans la *Newspaper Research Journal*². Nous allons aussi analyser un article canadien sorti dans la revue francophone *Communication*. Nous n'entendons pas procéder à un inventaire exhaustif de ces travaux, mais, après leur présentation, en dégager le processus de modélisation de la fonction de médiateur de presse.

¹ A l'exception d'un article consigné par un ancien médiateur de presse et deux enseignants à l'université.

² Ces deux revues sont éditées par l'*Association pour l'Éducation en Journalisme et en Communication de Masse*, aux États-Unis. La première est publiée dès 1924 et a été éditée par plusieurs institutions. En 1995, elle a adopté le titre *Journalism & Mass Communication Quarterly*. La revue *Newspaper Research Journal* sort depuis 1979. Depuis janvier 2000, elle est désormais éditée par le département de Journalisme de l'Université de Memphis.

Nous allons analyser onze articles nord-américains sur le médiateur de presse, dix étasuniens et un canadien, parus entre 1973 et 1995. Dans un deuxième temps, nous allons avoir affaire aux écrits des ou sur les agents professionnalistes, comme les articles de presse, les mémoires personnels, le matériel de divulgation de l'ONO.

3.1 Décrire et délimiter

Nous allons succinctement dépeindre ces articles universitaires sur le médiateur de presse publiés de 1973 à 1995, dont la liste est détaillée dans le **Tableau 1**. Pendant dix ans – de 1973 à 1982 –, les premières études sur l'ombudsman de presse avaient l'objectif de mesurer la fonction, en dénombrant les postes de médiateurs de presse, et en profilant ses contours, au travers de l'établissement d'une définition et de la description des activités accomplies par les titulaires³. Dans un premier temps, les recherches sur la médiation de presse avaient pour but d'identifier les attributions, les activités professionnelles, les processus de sélection, les canaux de communication avec la rédaction mis en place par le médiateur de presse, c'est-à-dire de diagnostiquer les caractéristiques de la fonction. Ensuite, elles se tournent vers les réactions du public, de la hiérarchie du média et des journalistes à l'égard de la fonction et de la crédibilité du média, en cherchant à vérifier les liens entre la crédibilité, les pratiques professionnelles et la responsabilité et la présence d'un ombudsman dans une rédaction. En effet, les études cherchent à savoir qui en profite, ce qui change dans le journal, si les journalistes deviennent plus responsables, si la représentation de l'imputabilité du média auprès des lecteurs s'améliore avec l'ombudsman.

Tableau 1 - Articles nord-américains sur le médiateur de presse

Auteur	Titre	Publication	Année
W. L. Barnett	« Survey shows few papers are using ombudsmen »,	<i>Journalism Quarterly</i> (50/1, pp. 153–156)	1973
D. R. Nelsen et K. Starck	« The newspaper ombudsman as viewed by the rest of the staff »	<i>Journalism Quarterly</i> (51/3, pp. 453–457)	1974
S. Kapoor et R. Smith	« The newspaper ombudsman. A progress report »	<i>Journalism Quarterly</i> (56/3 pp. 628–631)	1979

³ Pour ce qui concerne la quantification des postes de médiateur, les résultats sont fortement subordonnés aux définitions et aux méthodes de comptage de titulaires de la fonction.

D. T Mogavero	« The American press ombudsman »	<i>Journalism Quarterly</i> (59/4, pp. 548-553)	1982
J. M Bernstein	« The public's view of newspaper accountability »	<i>Newspaper Research Journal</i> (7/2, pp. 1-9)	1986
J. S Ettema et T. L. Glasser	« Public accountability or public relations ? Newspaper ombudsmen define their role »,	<i>Journalism Quarterly</i> (64/1, pp. 3-12)	1987
B. W. Hartung, A. Jacoby et D. M. Dozier,	« Readers' perception of purpose of newspaper ombudsman program »	<i>Journalism Quarterly</i> (65/4, pp. 914-919)	1988
S. Langlois, et F. Sauvageau	« L'image de l'ombudsman de presse dans deux quotidiens canadiens »	<i>Communication</i> (10/2-3, pp. 189-210)	1989
D. Pritchard	« The impact of newspaper ombudsmen on journalists' attitudes »	<i>Journalism Quarterly</i> (70/1, pp. 77-86)	1993
B. W. McKinzie	« How papers with and without ombudsmen resolve disputes »	<i>Newspaper Research Journal</i> (15/ 2, pp. 14- 4)	1994
L. W. Bridges et J. A. Bridges	« Newspaper ombudsman role during Presidential campaign »	<i>Newspaper Research Journal</i> (16/2, pp. 76-90)	1995

Six années après la nomination d'un journaliste au poste de médiateur par le *Louisville Courier Journal*, le *Journalism Quarterly* publie une étude de W. L. Barnett (1973) qui cherche à quantifier les postes de médiateur de presse dans les journaux étasuniens dont le tirage dépasse 100 mille exemplaires. L'auteur arrive à la conclusion que la fonction a de difficultés à se faire sa place, de telle manière que le titre de l'article – « Survey shows few papers are using ombudsmen » – met l'accent sur les réticences des journaux à adopter la fonction. En posant des questions aux journalistes et à la direction de deux quotidiens diffusés sur la même région et appartenant au même groupe de presse – le *St. Petersburg Times*, qui disposait d'un médiateur et circulait le matin, et le *St. Petersburg Independent*, qui n'en avait et paraissait le soir –, D. R. Nelsen et K. Starck (1974), dans l'article « The newspaper ombudsman as viewed by the rest of the staff », veulent restituer les différences entre les deux groupes quant à la perception de la nécessité et de l'utilité de la fonction et des caractéristiques de la personne occupant la fonction, dans un journal, et celle d'un type idéal de médiateur. Pour cela, ils se servent d'une échelle behavioriste. Les réponses des deux groupes sur le type idéal de médiateur le décrivent comme « extrêmement responsable, honnête, juste, impartial, sérieux, bon, important, rationnel, valeureux⁴ ».

L'étude de S. Kapoor et R. Smith (1979), dont l'article « The newspaper ombudsman. A progress report » apporte les résultats, est la première à répertorier les activités professionnelles des médiateurs de presse. Toutefois, par souci méthodologique de préserver l'anonymat du titulaire, les auteurs préfèrent ne pas quantifier certaines activités des

⁴ « Highly responsible, truthful, accurate, fair, meaningful, good, important, rational, valuable » (Nelsen et Starck, 1974, p. 455)



médiateurs de presse. Au moyen de l'analyse des réponses à un questionnaire envoyé aux *publishers* des journaux dont la circulation est supérieure à 50 mille exemplaires, la première étape de la recherche consiste à évaluer l'évolution numérique et à apprécier les intentions d'implantation de la fonction et à connaître les perceptions de l'utilité du médiateur de presse. Pendant la deuxième étape de l'étude, les dirigeants des entreprises de presse ayant un médiateur répondent à un deuxième questionnaire concernant le profil, les activités et les missions de la fonction. Dans l'article « The American press ombudsman », D. T. Mogavero (1982) esquisse la cartographie de la fonction, en dépeignant de façon lapidaire le profil sociologique des médiateurs, leurs attributions et les activités. Il décompose la médiation de presse en trois éléments : les activités externes, les activités internes et les réactions internes. Ensuite, il dénombre les mécanismes de contact avec le lecteur, liste les possibilités de routine de travail du médiateur et classe les réactions de la rédaction à l'introduction de la fonction. Dans les questions posées par ces chercheurs, on discerne des inquiétudes caractéristiques du discours des agents promoteurs de la fonction, comme la démonstration de l'utilité ou du besoin (Paradeise, 1985).

L'étude suivante s'éloigne des rédactions et se tourne vers le public. Dans l'article « The public's view of newspaper accountability », J. M. Bernstein (1986) interroge des lecteurs du *Louisville Courier-Journal* et du *Louisville Times*, premiers quotidiens qui ont disposé d'une fonction intitulée *ombudsman*, dans l'intention de vérifier l'hypothèse selon laquelle un lecteur qui a la connaissance de l'existence et du but de la fonction de médiateur de presse aurait une perception plus positive de l'importance que le journal accorde à l'imputabilité que le lecteur qui n'en est pas au courant. Ainsi d'après les études précédentes, le médiateur de presse était associé à la restauration de la crédibilité et à l'incitation à la responsabilisation des journalistes (Nelsen et Starck, 1974), à l'imputabilité de la presse (Bernstein, 1986). L'étude de J. S. Ettema et T. L. Glasser (1987), intitulée « Public accountability or public relations? Newspaper ombudsmen define their role », décèle le malaise à l'égard de la fonction de médiateur de presse et ses difficultés à produire une rhétorique légitimatrice. Les auteurs interrogent les associés de l'ONO pour isoler le rôle qu'ils considèrent le plus important – être essentiellement le « relations publiques » de l'entreprise de presse ou exercer la « critique des médias ». Les deux observateurs partent de l'hypothèse selon laquelle l'une de ces conceptions équivaldrait à faire preuve de loyauté envers le journal (« loyalty to the newspaper ») ou loyauté envers les lecteurs (« loyalty to readers »). J. S. Ettema et T. L. Glasser concluent que le médiateur de presse est « le parfait

modèle du praticien contemporain des relations publiques⁵ ». Cette caractérisation signifie à la fois une dénonciation et un principe de légitimation de la médiation de presse.

Pour ce qui concerne les principes de légitimation de la fonction, l'étude suivante renforce la représentation du médiateur en tant que 'relations publiques' du média. Dans l'article « Readers' perception of purpose of newspaper ombudsman program », B. W. Hartung, A. Jacoby et D. M. Dozier (1988) s'intéressent à l'image du médiateur auprès des lecteurs. Ils font des entretiens avec des lecteurs du *St. Diego Union*. Une partie des personnes interrogées avait pris contact avec le médiateur, pendant que l'autre partie ne l'avait pas fait. A. Jacoby, qui a été le premier président de l'ONO et *ombudsman* du journal en question pendant sept ans et, au moment de l'étude, déjà éloigné de la fonction, faisait partie de la rédaction, et B. W. Hartung et D. M. Dozier, enseignants de journalisme, comparent les réponses des deux groupes de lecteurs. Dans l'article « L'image de l'ombudsman de presse dans deux quotidiens canadiens », les chercheurs québécois S. Langlois et F. Sauvageau⁶ (1989) se sont consacrés à déceler la représentation que les journalistes se font du rôle du médiateur de presse, en étudiant la façon dont la fonction d'*ombudsman* était perçue quant à sa crédibilité et à son utilité dans deux quotidiens anglophones ayant la fonction, le *Toronto Star* et le *Gazette*. D. Pritchard (1993) analyse les données de l'enquête de D. H. Weaver et G. C. Wilhoit (1986) relatives à l'acceptation des méthodes controversées de collecte d'informations et à l'image d'un média par les journalistes de sa rédaction. Dans l'article « The impact of newspaper ombudsmen on journalists' attitudes », il confronte en profondeur les réponses des journalistes qui travaillent dans des rédactions de journaux disposant de médiateur et les résultats nationaux de la presse écrite. B. W. Mckinzie (1994) vérifie les mécanismes utilisés par les journaux avec et sans médiateur pour résoudre les conflits pouvant donner lieu à de poursuites judiciaires. Dans l'étude intitulée « How papers with and without ombudsmen resolve disputes », le chercheur participe effectivement de l'élargissement du champ d'action du médiateur. Il s'agit d'un investissement dans cette nouvelle attribution, qui n'était pas présente dans les textes inauguraux. L. W. Bridges et J. A. Bridges (1995) examinent le rôle joué par les médiateurs dans la couverture de l'élection présidentielle étasunienne de 1992, particulièrement l'encouragement à l'impartialité et l'équilibre dans la

⁵ « The very model of contemporary public relations practice » (Ettema et Glasser, 1987, p. 11).

⁶ Cette étude est vraisemblablement la première produite au Canada sur la fonction de médiateur de presse. En effet, les auteurs affirment ne pas connaître d'autres études sur le sujet et toutes les références renvoient à des recherches étasuniennes.

présentation et le traitement des informations. Les résultats sont publiés dans l'article « Newspaper ombudsman role during Presidential campaign ».

3.1.1 Donner à voir une réalité statistique

De prime abord, il faut prendre ces études pour ce qu'elles sont : normalement de petite taille et rarement dépassant la quinzaine de pages – un seul article excède la vingtaine pages⁷ et quatre articles ont entre quatre et six pages —, ces études ont majoritairement un caractère descriptif et pragmatique. La plupart des travaux sont des enquêtes, concernant un ou deux aspects de la fonction ou traçant sommairement le profil sociographique des postes de médiateur. D'ordinaire, on élabore les hypothèses et, au moyen des questionnaires, fermés ou ouverts, généralement envoyés et retournés par courrier ou posés par téléphone, on ausculte le terrain. Ensuite, on procède au comptage de réponses, pour, enfin, tirer des conclusions. Par ailleurs, lorsque les recherches visent à l'établir le profil des personnes occupant la fonction, les données sont toujours traitées sous forme statistique et leurs auteurs ne procèdent pas – et cela n'est pas leur but – à une approche globale de la médiation de presse où les pratiques professionnelles des médiateurs de presse seraient mises en relation avec leurs âges, leurs sexes, leurs formations, leurs trajectoires professionnelles, leurs attributions au sein du média et avec les caractéristiques du média, ce qui nous empêche de tracer des parallèles entre ces données. Ces études sont donc normalement des enquêtes quantitatives qui additionnent des éléments sur la fonction et à chaque nouvelle recherche, les résultats des travaux précédents sont répertoriés et considérés comme des acquis. Les recherches imposent une réalité statistique et collective de la fonction et sont un pas vers la cristallisation du modèle de médiateur de presse.

Les médiateurs de presse deviennent un groupe, ayant un profil sociologique et disposant de caractéristiques qui leur sont propres, comme le(s) appellation(s), les attributions, les activités professionnelles et peuvent alors revendiquer une compétence professionnelle. En l'occurrence, ces études « facilitent ainsi la croyance à leur objet, puisqu'elles font exister le groupe en lui donnant une forme statistique » (Walter, 1995, p. 129). Ainsi, elles prennent alors part à l'amélioration de la visibilité de la fonction : soucieuses de montrer l'utilité, le

⁷ Il s'agit de l'unique article canadien.

besoin, l'efficacité, la valeur, les techniques de ce nouveau poste, elles font exister la médiation de presse et concourent à sa codification. Révélant l'hétérogénéité des activités remplies par les médiateurs de presse, et entretenant le flou des appellations de la fonction, elles font état des luttes pour légitimer des positions dans le groupe professionnel. Les travaux sur le médiateur sont productifs pour comprendre l'émergence de la fonction et les enjeux de son évolution. Participant davantage à la mise en visibilité du médiateur de presse qu'à sa systématisation et à la compréhension ses enjeux stratégiques, ces études permettent l'identification des principes de légitimation de la fonction. En définitive, comme le montre J. Walter (1995) à propos des enquêtes sur les directeurs de communication, ces dispositifs participent à la modélisation du groupe professionnel et mettent en circulation des arguments capables d'obtenir l'adhésion des journalistes et des directions des médias d'information à la médiation de presse.

L'une des manières dont les enquêtes participent à la modélisation de la fonction de médiateur de presse est celle qui consiste à se prêter immédiatement aux usages sociaux. Sous cet angle, les agents professionnalistes et les titulaires de la fonction de médiateur empruntent aux études des arguments de légitimation et de justification. Ces études étasuniennes sont promptement mises en circulation et mentionnées par les médiateurs de presse et les observateurs externes et concourent indubitablement à faire connaître et à légitimer la fonction au sein du public universitaire, des journalistes, de la direction et des patrons de presse. Par ailleurs, les études agissent aussi bien comme caisses de résonances de l'évolution de la fonction que comme stimulants à l'effet de réalité. Un va-et-vient continu s'opère entre ces recherches, les pratiques et les discours des médiateurs de presse, et les observateurs extérieurs participent à la construction de la fonction. Il existe un enchaînement entre ces recherches et leur application par les agents de la médiation de presse⁸. C'est l'« effet de réalité » distingué par E. Neveu et R. Rieffel (1991). Les études sur le médiateur de presse peuvent tout autant absorber et reproduire le discours de légitimation de la fonction adopté par leurs propagateurs (les propriétaires de journaux avec un médiateur et les titulaires de la

⁸ Par exemple C. T. Costa (1991) cite J. M. Bernstein (1986), J. S. Ettema et T. L. Glasser (1987) et D. T. Mogavero (1982), alors que R. Solé (01/06/2000) mentionne C. Tate (1984). Les similitudes de formulation et de problématique entre les chercheurs et les praticiens travaillent à la construction de la fonction et à la circularité des résultats de ces travaux. Ainsi en faisant une synthèse des mécanismes d'autorégulation des journalistes en Amérique du Nord, le québécois M.-F. Bernier (1998), qui est aussi l'auteur d'un ouvrage pragmatique d'*Ethique et déontologie du journalisme*, paru en 1994, reprend la recherche menée par L. W. Bridges et J. A. Bridges (1995) et en tire la conclusion que « l'ombudsman contribue positivement à l'imputabilité recherchée par tout mécanisme d'autorégulation crédible », c'est-à-dire qu'il reprend le discours de légitimation de la fonction diffusé non pas par un titulaire de la fonction, mais par un observateur extérieur.

fonction) et faire écho aux arguments de ces détracteurs. Néanmoins, la plupart des recherches sont indulgentes envers le médiateur de presse.

Leurs auteurs sont des enseignants de départements de communication d'universités et d'écoles de journalisme, alors qu'un médiateur de presse a cosigné un article. Il ne s'agit donc pas de chercheurs totalement 'désintéressés'. Au contraire, certains auteurs ne cachent pas leur intention de faire propager l'adoption de médiateur de presse, en fournissant des outils et/ou des arguments qui suscitent l'adhésion de la rédaction, de la direction des médias et de l'audience à la fonction et l'appréhension de ses atouts et avatars. Ces universitaires ont par ailleurs un intérêt dans l'accroissement de la qualité du média ou dans l'augmentation de la responsabilisation de la rédaction, ce que le médiateur de presse devraient entraîner. Sous cet angle, en vérifiant les effets de la fonction de médiateur, les auteurs de ces études arrivent à fournir les agents professionnels d'arguments de justification et de légitimation.

En ce qui concerne les groupes étudiés, la méthodologie de ces travaux peut être divisée en deux modalités. Les uns comprenaient la totalité d'une population – les journaux ayant une circulation supérieure à 100 mille exemplaires (Barnett, 1973) ou supérieure à 50 mille exemplaires (Kapoor et Smith, 1979) et les membres de l'ONO qui se sont disposés à répondre aux questionnaires (Mogavero, 1982 ; Mckinzie, 1994 ; Bridges et Bridges, 1995). Les autres comparaient des échantillons de deux populations : des journalistes d'un journal ayant un médiateur avec des journalistes d'un journal n'en ayant pas (Nelsen et Starck, 1974) ; les lecteurs de deux quotidiens connaissant le programme de médiation de presse et les lecteurs d'un quotidien ne le connaissant pas (Bernstein, 1986) ; les lecteurs d'un quotidien ayant pris contact avec le médiateur et les lecteurs d'un quotidien ne l'ayant pas (Hartung, Jacoby et Dozier, 1988) ; les journalistes de deux journaux disposant d'un médiateur (Langlois et Sauvageau, 1989) ; tous les journalistes qui ont répondu à l'enquête de D. H. Weaver et G. C. Wilhoit (1986) et les journalistes de quotidiens ayant un médiateur qui ont répondu l'enquête (Pritchard, 1992).

La distribution temporelle de ces diverses études est significative de la fortune de la médiation de presse. L'intérêt des chercheurs augmente avec la dissémination de la fonction et s'estompe avec la stagnation de la quantité d'ombudsman. Aux Etats-Unis, dans les années 1990, la quantité de recherches sur le sujet publiées par les revues universitaires diminue et l'engourdissement de l'évolution numérique de la fonction suscite des interrogations sur son échec de diffusion, ce qui est signalé dès le premier article. Il est également remarquable que malgré que l'ONO ait changé son appellation dans le but d'intégrer les médiateurs de presse

ou les titulaires de fonctions analogues travaillant dans les médias audiovisuels, toutes les recherches sur un ou deux médias se consacrent exclusivement aux journaux quotidiens. D'ailleurs, même les enquêtes de l'ONO et les articles de propagateurs de la fonction font majoritairement référence à la presse quotidienne.

Ainsi, derrière les hypothèses et les conclusions des recherches, peuvent être placées des préoccupations concernant l'expansion numérique de la médiation, l'augmentation de la responsabilisation du journal, l'amélioration de la qualité et de la crédibilité du média. Dans le résumé d'un article sur le médiateur de presse, il est établi que les résultats présentés « peuvent être connectés à la promotion du programme de médiateur⁹ », alors que l'un des points que S. Kapoor et R. Smith (1979) visaient à éclaircir dans leur recherche était la possibilité du concept de médiateur aurait d'être adopté dans l'avenir. Dans leurs conclusions, les deux chercheurs font de nouveau ressortir leur intérêt pour la dissémination de la médiation de presse : « Pour conclure, le problème n'est pas que les journaux possédant des programmes de médiateur les aient trouvés peu utiles ; au contraire, il se situe dans le manque d'enthousiasme de la part de ces journaux n'ayant pas adopté l'idée. Une voie pour que les journaux puissent être persuadés d'adopter de tels programmes serait de leur faire connaître des études qui indiquent que le lecteur appuie le concept. Ce serait un sujet approprié pour recherche future¹⁰ ».

3.1.2 Définir, délimiter et décrire

Après la présentation des articles parus dans les revues *Journalism Quarterly*, *Newspaper Research Journal* et *Communication*, nous allons examiner la manière dont leurs définitions, leurs délimitations du champ d'action et leurs descriptions des activités professionnelles du médiateur de presse participent à la construction et à la manifestation de la compétence professionnelle et à la modélisation de cette activité. La première étude étasunienne sur le médiateur de presse se donne pour objectif de quantifier les journaux qui ont recours à un médiateur. À une époque où les compétences et les activités professionnelles

⁹ « May be connected to the promotion of the ombudsman program » (Bernstein, 1986, p.1).

¹⁰ « In conclusion, the problem is not that newspapers with ombudsman programs have found them of little use; rather, it lies in the lack of enthusiasm on the part of those papers not adopting the idea. One way newspapers might be persuaded to adopt such programs would be to acquaint them with studies indicating reader support for the concept. This would be an appropriate topic for future research » (Kapoor et Smith, 1979, p. 631).

des titulaires de la fonction n'étaient pas formalisées, W. L. Barnett (1973) se charge de produire une définition de la médiation de presse. Dans ce travail, les « médiateurs authentiques » (« genuine ombudsmen »), sont opposés aux « quasi-médiateurs » (« quasi-ombudsmen »). Sont considérés des médiateurs authentiques seulement ceux qui correspondent à une définition élaborée par l'auteur, à savoir ceux qui exercent trois activités principales : servir de « canalisation des plaintes des lecteurs [...] contre l'administration ou une entreprise ; récepteur et enquêteur des plaintes des lecteurs contre l'imprécision et/ou l'inadéquation des reportages ; critique interne autonome de la crédibilité et de la fiabilité des informations rapportées par le journal¹¹. Ainsi, dans les premiers temps de la fonction, la médiation de presse est agrégée à l'activité d'où elle a retiré son appellation.

Toutefois, dans les articles suivants, la médiation de presse se détache de la réception des plaintes contre les organisations bureaucratiques. L'année suivante, D. R. Nelsen et K. Starck (1974) choisissent de caractériser la fonction à travers la rhétorique professionnelle de la médiation. Le médiateur de presse devient ainsi ce que l'on attend de la fonction, c'est-à-dire l'ensemble des arguments de la fonction. Pour ces auteurs, il est « un moyen de rétablir la crédibilité et d'encourager les reporters et les *editors* à avoir un comportement responsable. En tant que porte-parole du public dans les entreprises de presse, le médiateur s'occupe généralement du traitement des plaintes et de suggestions des lecteurs et aide à assurer la justesse des reportages¹² ». Quant aux activités professionnelles des titulaires des postes, ils rapportent que les attributions et les pouvoirs des ombudsman sont variables selon le média, en citant l'exemple du *Louisville Courier-Journal* et du *Louisville Times*, dans lesquels l'*ombudsman* reçoit les plaintes des lecteurs et accompagne les rectifications, et *Washington Post*, où, en plus de ces activités, l'*ombudsman* s'occupe de la publication d'une chronique.

Par la suite, lorsque S. Kapoor et R. Smith (1979) veulent identifier la croissance numérique et de la fonction depuis l'enquête de W. L. Barnett (1973), ils envoient aux quotidiens étasuniens un questionnaire et une lettre dans laquelle le médiateur est défini par les deux derniers items de cette première enquête. Ainsi, le médiateur de presse correspond à celui qui fait la critique interne et répond aux réclamations des lecteurs, dont les chercheurs

¹¹ « A conduit of reader complaints [...] against bureaucratic institutions such as local civil authority and business enterprises ; a receiver and investigator of reader complaints against inaccuracy and/or inadequacy in the paper's reporting ; and an autonomous internal critic of the credibility and reliability of the paper's news reporting » (Barnett, 1973, p. 154).

¹² « Has been as a means of restoring credibility and encouraging responsible performance from reporters and editors. As the public's voice in the news organization, the ombudsman generally is concerned with handling reader complaints and suggestions and helping ensure fair reporting » (Nelsen et Starck, 1974, p. 453).

veulent vérifier, chez les dirigeants de la presse quotidienne, la perception de « l'utilité d'avoir un membre du personnel remplissant [cette] position¹³ ». En fait, dans cette étude, l'accent est mis sur les activités d'appréciation du travail journalistique et le mot 'critique' est employé comme synonyme de 'médiateur'. Au demeurant, dans les trois articles publiés dans les années 1970, la définition de la médiation englobe les attributions de critique interne, étant de la sorte associée au rétablissement de la crédibilité, de la responsabilisation des journalistes et la prise en compte du public.

Au début des années 1980, la création de l'ONO provoque un tournant méthodologique dans la définition de la fonction de médiateur et de changements de la problématique de recherche. Jusqu'alors, ces observateurs avaient produit leur propre définition de la médiation de presse. A partir de la fondation de cette association professionnaliste, les chercheurs reprennent désormais la définition et les conceptualisations mises en place par l'association, ne se consacrent plus uniquement à dépeindre les contours sociographiques de la fonction et cessent de procéder eux-mêmes au dénombrement des postes de médiateurs de presse en activité dans les médias d'information. C'est l'ONO qui commence à fournir la liste des médiateurs et qui signale désormais le nombre de postes en activité, alors que les observateurs externes ne vont plus se tourner vers la population totale des médias – ou d'une catégorie, selon des critères de tirage – dans le but de diagnostiquer les possibilités de croissance numérique de la fonction. L'article « The American press ombudsman », de D. T. Mogavero (1982) est le premier dont l'ONO a transmis la définition de médiateur de presse et les coordonnées des personnes occupant la fonction. Les résultats sont gênants pour les médiateurs de presse, parce qu'ils vont à l'encontre de la rhétorique de justification de la fonction de médiateur. En ce qui concerne les pratiques professionnelles, D. Pritchard perçoit que la présence d'un médiateur dans une rédaction n'apporte guère de changements quant aux positionnements des journalistes envers les méthodes d'investigation journalistique et que le médiateur n'est pas un dispositif coercitif efficace d'autorégulation professionnelle. À l'opposé, l'âge des journalistes est un facteur de différenciation des réponses des journalistes. Les plus âgés sont moins enclins à se laisser séduire par des méthodes controversées d'obtention des informations. Pourtant, les conclusions de D. Pritchard sont complaisantes avec la médiation de presse.

¹³ « Usefulness of having a staff member fill the position » (Kapoor et Smith, 1979, p. 629).

Sans avoir à définir la médiation de presse, les observateurs externes vont viser les caractérisations de cette fonction, en ajoutant, en approuvant ou en réfutant une propriété. Normalement, les recherches vont insister soit sur la relation entre le médiateur et les lecteurs, soit sur la relation entre le médiateur et le groupe professionnel des journalistes et/ou la direction des médias. Même si ces universitaires prennent du recul en conditionnant certaines caractéristiques ou certains effets, ils les considèrent réalisables.

3.1.2.1 La relation avec les lecteurs : faire de relations publiques ?

J. M. Bernstein (1986) rattache, chez les lecteurs, la perception de l'imputabilité et la connaissance du médiateur de presse. Plus on serait renseigné sur la fonction de médiation, plus on aurait une perception positive de l'imputabilité du média. Ainsi, la médiation de presse serait un atout important pour l'image du média. J. S. Ettema et T. L. Glasser (1987) placent la médiation de presse comme un dilemme entre ces deux pôles. D'un côté, un médiateur de presse 'fort' ('strong'), se consacrant à la défense des lecteurs, mais entraînant de dommages pour l'autorité morale des rédacteurs de chef. D'autre côté, un médiateur de presse 'faible' ('weak'), tournée vers la justification et la défense des choix rédactionnels du média d'information. D'après ces chercheurs, la difficulté de progression numérique de la médiation de presse pourrait être expliquée par ce dilemme.

Les différences de conclusions de ces deux recherches se situent dans le public cible de la médiation de presse. J.-M. Bernstein (1986) examine la médiation de presse par le biais du lecteur et J. S. Ettema et T. L. Glasser (1987) se concentrent sur l'identité professionnelle du médiateur. C'est aussi une distinction entre le discours de légitimation et de justification du groupement tourné vers le public externe et de celui déployé en direction du public interne. En effet, J. M. Bernstein (1986) alimente le répertoire de justification de la médiation de presse fondé sur les effets sur les lecteurs et/ou les besoins des lecteurs, alors que les deux autres chercheurs évaluent la représentation que les médiateurs ont de leurs missions. Par la suite, les recherches centrées sur les lecteurs vont s'emparer des résultats de cette dernière étude. B. W. Hartung, A. Jacoby et D. M. Dozier (1988) vont interroger les lecteurs d'un quotidien soutenus par les conclusions de l'autre chercheur. Leur hypothèse est que les personnes qui appellent le journal sont également ou davantage enclins à convenir que le journal se préoccupe de l'exactitude que ceux qui n'appellent pas. De cette recherche, il résulte que « un médiateur peut être un des outils les plus efficaces de relations publiques du

journal [...] Au moins, le médiateur est une indication de l'engagement institutionnel du journal envers ses lecteurs. Au plus haut degré, le médiateur est l'avocat du lecteur, un agent du changement travaillant dans le journal pour le rendre plus compétent, plus sensible aux besoins et aux intérêts de ses lecteurs et ayant plus de responsabilité sociale¹⁴ ». En 1995, L. W. Bridges et J. A. Bridges mettent en exergue l'aptitude des médiateurs de presse à servir de pédagogue, dans le sens qu'ils fournissent des explications aux lecteurs sur le « traitement de l'information et [sur] la différence entre la prise de position éditoriale et couverture des informations¹⁵ ».

3.1.2.2 La régulation professionnelle : la responsabilisation

Le deuxième versant de la médiation de presse constamment exploré par les études se fonde sur une représentation de la médiation de presse en tant que mécanisme de régulation déontologique de la profession journalistique, c'est-à-dire que le médiateur exerce une contrainte vertueuse, pour reprendre la terminologie de P. Bourdieu (1996b), sur la rédaction, de sorte que les journalistes travaillant sous le regard du médiateur auraient des pratiques professionnelles davantage en harmonie avec la déontologie professionnelle. Dans sa monographie, D. T. Mogavero (1982) montre la direction que les médiateurs doivent suivre pour renforcer leurs propriétés de contrôle des pratiques professionnelles des journalistes : « Le programme de médiateur, s'il se propose de mettre en œuvre sa capacité à stimuler une presse plus responsable et à fournir un support standard contre les comportements de la presse qui peuvent être évalués, doit lui-même ouvrir ses procédures et ses résultats à un examen public minutieux¹⁶ ».

Les hypothèses de la recherche de D. Pritchard (1992) nous apportent une autre illustration de la caractérisation du médiateur en tant que mécanisme de régulation professionnelle : la première [hypothèse] est basée sur le fait (a) que les journalistes tendent à être hostiles envers les plaintes portant sur la qualité de leur travail et que les journalistes

¹⁴ « An ombudsman may be one of the newspaper's most effective public relations tools [...]. At the very least, the ombudsman is an indication of the newspaper's institutional commitment to its readers. At a higher level, the ombudsman is the reader's advocate, a change agent working within the newspaper to make it more competent, more sensitive to its readers' needs and interests, and more socially responsible » (Hartung, Jacoby et Dozier, 1988, p. 919).

¹⁵ « News operation and difference between editorialization and news coverage » (Bridges et Bridges, 1995).

¹⁶ « The ombudsman program, if it intends to fulfill its potential for fostering a more responsive press and for providing a standard bearer against which the press' performance can be assessed, must open itself, its procedures and its results to public scrutiny » (Mogavero, 1982, p. 550).

savent qu'un niveau supplémentaire d'examen représenté par un ombudsman les conduit à travailler plus soigneusement. L'hypothèse prévoit que les journalistes de journaux avec ombudsman puissent exprimer davantage de préoccupation éthique (i. e., peuvent être moins conduits à approuver les techniques controversées de production de l'information) que les journalistes d'autres journaux. La seconde hypothèse est fondée sur le désir exprimé virtuellement de chaque ombudsman d'aider à sensibiliser les journalistes à l'égard des intérêts des lecteurs. Si les ombudsmans réussissent dans cette tâche, les journalistes des journaux avec ombudsmans auront alors une vision plus positive de la façon dont leur journal devrait informer le public¹⁷ ».

3.2 Les dispositifs de la caractérisation

Dans la définition de médiateur de presse de la brochure de l'ONO, le titulaire de ce fonction est celui qui reçoit et enquête sur les réclamations émanant du public d'un média et indique des mesures qui visent l'exactitude et/ou la conformité de certains reportages. Toute personne qui s'occupe de la réception des communications du public d'un média d'information et d'enquêter sur leurs plaintes à propos du contenu journalistique peut donc s'associer à l'association de médiateurs de presse. Ainsi, cette définition de la médiation ne rend pas obligatoire des activités comme la critique des médias, la publicisation d'appréciations sur les réclamations des lecteurs, par le moyen d'une chronique régulière dans les pages de la publication qui engage le médiateur. La définition ne prend pas en compte la situation statutaire du médiateur face à l'entreprise de presse et n'établit pas les compétences professionnelles nécessaires pour remplir cette fonction.

En ce qui concerne les activités professionnelles du médiateur de presse, d'autres acteurs font correspondre ce poste à des caractérisations différentes de celle de l'ONO. Alors

¹⁷ « The first is based on the facts (a) that journalists tend to be hostile to complaints about the quality of their work and (b) that / journalists say the additional level of scrutiny represented by an ombudsman causes them to work more carefully. The hypothesis predicts that journalists at newspapers with ombudsmen will express greater ethical caution (i. e., will be less likely to approve of controversial news-gathering techniques) than will journalists at other newspapers. The second hypothesis is based on the expressed desire of virtually all ombudsmen to help sensitize journalists to readers' concerns. If ombudsmen are successful at that task, then journalists at newspapers with ombudsmen should have a more positive view of how well their newspaper informs the public » (Pritchard, 1992, pp. 80 – 81).

que dans la caractérisation des activités professionnelles majoritaires du médiateur de presse divulguée par l'ONO, on ne lui prête pas les tâches de représentation du lecteur et de publication d'une chronique régulière, un titulaire de la fonction les considère comme des attributions propres à la plupart des médiateurs étasunien. Dans un article de bilan de deux ans d'activité en tant qu'*ombudsman*, M. Xavier (1997), alors le premier – et l'unique – occupant de ce poste au quotidien régional brésilien *ANCcapital* et membre de l'ONO, caractérise le médiateur de presse comme celui qui a habituellement les attributions de « 1) représenter le lecteur face à la rédaction, 2) élaborer de critiques internes au sein du journal ; 3) écrire une chronique hebdomadaire ayant trait à la critique des médias (ou au traitement de l'information) ». C'est au niveau du passage entre ces deux attributions – recevoir les critiques et produire une critique – qu'est concentrée la caractérisation de la médiation de presse. C'est là que se joue la légitimité de la fonction et qui a lieu la séparation entre les 'vrais' médiateurs de presse des autres, selon la modélisation de la fonction divulguée au public interne¹⁸.

3.2.1 La liste des attributions

En 1982, au cours du rassemblement annuel de membres de l'ONO, les médiateurs de presse adoptent leurs directives (*guidelines*). Il s'agit d'une série de dispositions caractérisant les activités professionnelles, les devoirs, les objectifs, les moyens et le statut du médiateur de presse. Nous n'avons pas eu directement accès à ce document, mais à des écrits qui le rapportent et nous avons rencontré deux formulations différentes de ces directives, présents dans trois écrits. La première version est reprise dans l'article de L. W. Bridges et J. A. Bridges (1995) et dans la plaquette de divulgation de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*¹⁹, la deuxième version est insérée dans l'ouvrage de C. T. Costa (1991). Ces trois sources situent pourtant l'élaboration des directives à la même époque. D'abord, nous allons reproduire la liste de devoirs du médiateur de presse rapportée par L. W. Bridges et J. A. Bridges (1995) et par R. Lo Prete.

Le médiateur de presse doit :

¹⁸ Voir Mæzawa (1999), Xavier (1996 et 1997).

¹⁹ Ce matériel nous a été repassé par l'*ombudsman* R. Lo Prete. E-mail 29/04/1999.

- « – Représenter le lecteur qui a des réclamations, des suggestions, des questions ou des compliments à faire ;
- Enquêter sur toutes les réclamations et recommander des actions rectificatives lorsqu'elles sont justifiées ;
- Avertir le journal de toutes les réclamations ;
- Jouer le rôle de critique interne ;
- Donner de conférences ou écrire au public au sujet des orientations éditoriales, des positions et des actions du journal ;
- Défendre le journal en public ou en privé lorsque cela se justifie²⁰ ».

Dans l'autre version, C. T. Costa (1991) isole six directives des médiateurs de presse. Curieusement, quatre items sont identiques. Le premier et le quatrième items sont absents de la liste rapportée par le premier *ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. A leur place, on retrouve les deux premiers items des objectifs du médiateur de presse²¹.

- « Les objectifs d'un médiateur de presse doivent être :
- Perfectionner l'impartialité, l'exactitude et la responsabilité du journal ;
 - Augmenter sa crédibilité ;
 - S'employer à améliorer sa qualité ;
 - Rendre le journal conscient des préoccupations et des problèmes des communautés qu'il sert²² ».

Dans les trois textes sont rapportées les mêmes activités professionnelles du médiateur, que C. T. Costa et R. Lo Prete introduisent de la manière suivante :

- « Quelques moyens dont le médiateur dispose pour atteindre ses objectifs et pour accomplir ses tâches :
- Une chronique ;
 - Des mémos internes ;
 - Des réunions avec les équipes ;
 - Des questionnaires ;
 - Des conférences²³ ».

²⁰ « Represent(s) the reader who has complaints, suggestions, questions or compliments; investigate(s) all complaints and recommend(s) corrective actions when warranted; alert(s) the newspaper to all complaints; serve(s) as an in-house critic; make(s) speeches or write(s) to the public about the newspaper's policies, attitudes and operations; defend(s) the newspaper publicly or privately when warranted » (ONO, 1982 ; cité par Bridges et Bridges, 1995, p. 78).

²¹ Nous avons demandé à R. Lo Prete, l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, les motifs de cette discordance et elle n'a pas su nous répondre. E-mail 03/05/1999.

²² « Os objetivos de um ombudsman de imprensa devem ser: Aperfeiçoar a equidade, exatidão e responsabilidade do jornal ; Aumentar sua credibilidade ; Empenhar-se para melhorar sua qualidade : Tornar o jornal consciente das preocupações e problemas das comunidades por ele servidas » (ONO, 1982 ; cité par Lo Prete, e-mail 29/04/1999).

Les directives de l'ONO finissent par :

« Le médiateur doit être indépendant et cette indépendance doit être réelle. Il doit répondre seulement à la personne de plus haute autorité dans la rédaction²⁴ »

À l'époque où cette liste a été élaborée, l'ONO n'agréait que les médiateurs de la presse quotidienne, ce qui explique le fait que les attributions ne citent que les journaux, au détriment d'autres médias d'information. La division des devoirs en six points permet aux entreprises de presse d'en juxtaposer d'autres ou d'en éliminer, puisque la liste n'est pas accompagnée de l'exigence de tout remplir. Qui plus est, dans les études contenant des questions sur les activités professionnelles du médiateur ainsi que dans les enquêtes de l'ONO, les activités professionnelles des membres de l'association sont un assemblage de ces items et d'autres qui ont été rajoutés depuis 1982, à cause des changements technologiques ou de l'élargissement du champ d'action du médiateur.

L'action de recommander – et non pas de statuer sur – la publication de rectificatifs exclut le médiateur des fonctions exécutives, des décisions portant sur la matière à publier. D'un autre côté, signaler à la direction du média toutes les réclamations est une obligation. Le médiateur reçoit les réclamations et procède à leur agencement. Après traitement, elles doivent être remises de façon individualisée ou statistique à la direction de l'entreprise de presse. Ces devoirs mettent en relief la hiérarchisation de la rédaction et les liens de subordination entre le médiateur et la direction du média. Il n'appartient qu'à la direction de l'entreprise de presse de définir ce qui sera rectifié et le médiateur doit s'engager à permettre à la direction prendre connaissance de toutes les réclamations des lecteurs. Les items qui concernent les dispositifs de critique sont atténués. Ils sont énoncés de façon à ne pas provoquer de conflits avec les entreprises de presse. Les actions d'imputabilité sont restreintes à la recommandation des rectifications. L'item « donner de conférences ou écrire au public au sujet des orientations éditoriales, des positions et des actions du journal » peut revêtir aussi bien la critique que des attributions de promotion des échanges entre le média et les lecteurs et ne peut pas être configuré comme une critique externe. Ainsi, cette liste de l'ONO ne rend pas

²³ Alguns dos meios de que o ombudsman dispõe para chegar a seus objetivos e cumprir suas tarefas incluem : Uma coluna ; Memorandos internos ; Reuniões com equipes ; Questionários ; Conferências » (ONO, 1982 ; cité par C. T. Costa, 1991, p. 34 et Lo Prete, e-mail 29/04/1999).

²⁴ « O ombudsman deve ser independente e esta independência deve ser real. Ele deve responder apenas à pessoa com mais alta autoridade na Redação » (ONO, 1982 ; cité Costa, 1991, p. 34 et Lo Prete, e-mail 29/04/1999).

obligatoire la critique externe. En outre, représenter le lecteur et défendre le journal vont ensemble et ne sont pas incompatibles.

3.2.2 Définir

La brochure de l'ONO présente les attributions et les activités professionnelles du médiateur sous les titres de « Qu'est-ce qu'un médiateur de presse²⁵ » et « Comment les médiateurs de presse travaillent-ils ?²⁶ ». Dans la brochure, l'agencement des données prend la forme d'une exemplification des points définis par les directives et de la mise en exergue des multiples façons de travailler du médiateur de presse, sans leur donner un caractère obligatoire. Concernant la question de la manière de travailler des médiateurs de presse, on trouve des illustrations des activités accomplies et, de nouveau, la structure hiérarchique dans laquelle les titulaires de la fonction sont insérés :

« Deux médiateurs ne travaillent pas exactement de la même façon. Néanmoins, ils examinent généralement l'impartialité, la précision et l'équilibre des informations, les *features*, photographies et d'autres éléments graphiques. Ils rapportent aux responsables dans la rédaction les articles publiés qui ne satisfont pas tels ou tels critères.

Ils enquêtent et répondent aux commentaires et aux réclamations concernant les informations publiées ou diffusées et les *features*. Ils obtiennent des explications des rédacteurs en chef et d'autres membres de la rédaction à l'attention des lecteurs, des auditeurs ou des téléspectateurs.

Certains accompagnent la préparation de rectificatifs. D'autres rédigent des bulletins internes sur les opinions et les réclamations de lecteurs. Nombre de médiateurs de presse écrivent des chroniques régulières qui traitent de sujets d'intérêt public ou de griefs spécifiques. Lorsque cela est nécessaire, les chroniques peuvent critiquer, expliquer ou faire des éloges.

D'autres médiateurs lancent ou animent des forums publics ou des comités consultatifs de lecteurs dans l'effort de se connecter plus étroitement avec les lecteurs. Plusieurs font de conférences à divers groupes publics ou privés pour aider à expliquer les pratiques médiatiques. Certains expédient des questionnaires d'exactitude aux personnes dont les noms sont apparus dans les articles d'information et leur demandent des commentaires.

²⁵ « What is a news ombudsman? » (ONO, 1999a).

²⁶ « How do news ombudsmen work? » (ONO, 1999a).

Dans quelques petites entreprises de presse, les médiateurs de presse estiment nécessaire d'assumer d'autres obligations concernant les informations. Mais dans tous les cas, les médiateurs de presse ont généralement des fonctions consultatives et non pas disciplinaires.²⁷ »

Cette description de la manière de travailler du médiateur de presse distribue les activités consensuelles par l'adverbe 'généralement' ou par l'absence d'adverbe et remet les autres activités dans l'imprécision quantitative, à travers de pronoms indéfinis, comme 'certains', 'plusieurs', 'nombre de', 'quelques-uns'. En l'espèce, le médiateur de presse devient, dans la définition majoritaire, celui qui reçoit et enquête sur les réclamations des lecteurs, et après les avoir séparées selon les rubriques et les services, c'est-à-dire selon la structure organisationnelle de la rédaction, les transmet aux personnes hiérarchiquement responsables pour chaque catégorie d'information, et demande des explications et des justifications à la rédaction avant d'apprécier et de répondre aux réclamations des lecteurs. Dans cette définition, est inclus le devoir de répondre aux réclamations des lecteurs et celui de faire savoir à la direction du média d'information sur quoi le lecteur se plaint. Ainsi, par cette obligation d'informer les rédactions en chef et la direction de rédaction, il est tracé un lien de subordination hiérarchique.

La publication de chroniques, la préparation de rectificatifs, la rédaction de bulletins internes, la participation à des forums et à des conférences, l'animation de comités consultatifs de lecteurs et l'expédition de questionnaires d'exactitude font partie du répertoire d'actes professionnels qui sont variables et qui changent à chaque médiateur. De fait, entre les directives de l'ONO (1982) et la brochure de cette association (1999), la modification de formulation des actes professionnels caractéristiques de la médiation de presse édulcorent les attributions ; par exemple, l'attribution consistant à « avertir le journal de toutes les réclamations » est remplacée par celle consistant à informer la personne appropriée les unités informationnelles qui ne sont pas à la hauteur de la qualité exigée par le média.

²⁷ « No two ombudsmen work exactly alike. But typically, they monitor news and feature columns, photography and other graphic materials for fairness, accuracy and balance. They bring substandard items to the attention of the appropriate members of the news staff. They investigate and reply to comments and complaints concerning published or broadcast news and feature material. They obtain explanations from editors and other staff members for readers, viewers or listeners. Some supervise the preparation of corrections. Others write internal newsletters about readers' views and complaints. Many news ombudsmen write regular columns that deal with issues of broad public interest, or with specific grievances. Where appropriate, columns may criticize, explain or praise. Other ombudsmen initiate or coordinate public forums or reader advisory boards in an effort to connect more closely with readers. Many speak before various public and private groups to help explain media practices. Some send accuracy questionnaires to persons whose names have appeared in news stories and ask for comments. In some smaller news organizations ombudsmen find it necessary to assume other news-related duties. But in any event, news ombudsmen generally function in an advisory capacity only, not as disciplinarians » (ONO, 1999).

3.2.3 Le flou du groupe professionnel

La croissance numérique reste l'un des objectifs essentiels des agents professionnels de la médiation de presse. Pour autant, les médiateurs relèvent des stratégies d'élargissement des attributions et des activités professionnelles du médiateur, c'est-à-dire l'accroissement du champ d'action des titulaires de la fonction et l'amplification du nombre de médiateurs de presse en activité. En fait, la restriction de la fonction à ceux qui partagent exactement le même titre et la même définition entraînerait la limitation du territoire de la médiation de presse, ce qui serait dommageable au groupe. L'ONO perdrait encore de la force numérique, laquelle est un élément de justification de la fonction parce qu'elle sert comme preuve de sa fortune.

A l'opposé, les agents professionnels promeuvent des stratégies d'ouverture du groupe. Plusieurs agencements de la médiation de presse sont possibles parce que l'ONO a défini une stratégie d'extension du titre assez large pour englober différentes manières d'exercer la fonction, y compris celle du Japon. Au demeurant, l'ONO développe des travaux de légitimation distincts : l'un vise le public interne (les médiateurs eux-mêmes) et l'autre touche le public externe (composé par les entreprises de presse – aussi bien des journalistes que la direction et les patrons – et par l'audience des médias). Sans trancher irrévocablement sur la définition, les attributions et le titre des occupants de la fonction, elle entretient le flou de la fonction. D'ailleurs, elle obtient des gains symboliques : elle peut compter dans ses rangs des personnes dont les titres et les attributions sont similaires, ce qui augmente le nombre d'adhérents de l'association.

3.2.3.1 La variété des titres et des appellations

L'ONO accueille dans ses rangs aussi bien de personnes occupant des fonctions dont l'appellation n'est pas 'ombudsman' ou que d'autres qui exercent leurs activités à ce poste à temps partiel ou à plein temps. Avant de définir une nouvelle fonction, un nouveau poste, une nouvelle position, un nouveau métier, il faut lui donner un nom. Cet acte n'est pas dégagé d'enjeux symboliques. L'appellation de la fonction, comme souligne J.-Y. Trépos, constitue l'un des éléments de la négociation permanente de la compétence professionnelle. La disparité de titres est une stratégie des entreprises pour troubler « la reconnaissance de la nature du

poste, en se dotant d'une dénomination propre » (Trépos, 1992, p. 29). Comme nous l'avons vu, la création de l'ONO cristallise la définition de médiateur de presse, laquelle sera d'ailleurs par la suite utilisée dans les études sur le sujet. De plus, l'association fixe un descriptif du poste, recense les activités des associés. Ainsi, l'ONO est responsable d'un travail significatif de conviction de l'importance et de la réalité même du groupe. L'agglutination de titulaires de fonctions similaires ou analogues sous l'égide d'une association professionnaliste, laquelle confère davantage de visibilité aux médiateurs de presse et fait admettre leur existence en tant que groupe, n'est pas mise en question par les observateurs extérieurs. Au moment d'analyser la médiation de presse, les observateurs tendent à considérer tous ceux qui sont inscrits sur les listes de l'ONO comme de médiateurs de presse.

De fait, parmi les adhérents de l'association de médiateurs de presse, on retrouve des désignations de fonctions qui divergent des titres d'*ombudsman*, de médiateur ou de l'équivalent terminologique adopté dans de différents pays. Cela s'explique par le fait que l'ONO a produit un concept de médiateur de presse suffisamment large pour inclure ceux qui ont le titre de *public editor*, de *readers representative*²⁸, de *reader advocate*, de *readers editor*, de *listening post editor*, de *senior editor for readership*²⁹ ou tout autre titre correspondant dans d'autres pays. Le déplacement géographique a souvent produit un changement terminologique, même si certains pays ont gardé le vocable 'ombudsman'. Au Brésil, on a préféré reproduire la nomenclature étasunienne, sans procéder à sa traduction. Cela visait principalement à profiter de la visibilité acquise par les *ombudsmans* de presse aux Etats-Unis. Mais cette dénomination cohabite avec celle d'*ouvidor*, dont l'histoire remonte à plus longtemps et est davantage associée, dès le XIX^{ème} siècle, au service public. A partir des années 1980, les entreprises publiques, notamment celles de télécommunications, commencent à adopter, sous la désignation d'*ouvidoria*³⁰, des services clientèles (Roldão, 1999), qui agissent seulement par la sollicitation des plaignants, ce qui signifierait une certaine passivité (Mendes, 1998). Le choix du terme 'ombudsman', plus que de rapprocher des pratiques professionnelles du quotidien à celles du journalisme étasunien, qui sont considérées comme le modèle de l'objectivité, contribue à réaffirmer la nouveauté de

²⁸ Cette appellation peut varier en « readers' representative » et « reader representative ».

²⁹ Aux Etats-Unis, dans les entreprises, les personnes qui remplissent la fonction d'ombudsman ont aussi les titres de *director of work problem counselling*, *resident manager* et *director of personnel communication* (Bonafé-Schmitt, 1992, p. 38).

³⁰ Médiation.

l'initiative du *Folha de S. Paulo*. Ainsi ce journal s'esquive de la mise en relation avec la fonction d'*ouvidor*, déjà en activité dans plusieurs secteurs.

En France, le choix a été fait pour médiateur et correspond au terme que l'Académie Française avait adopté comme la traduction d'ombudsman'. En l'occurrence, la dénomination de la fonction a été empruntée à une position qui lui préexistait et dont la légitimation était déjà assurée de par son institutionnalisation. Médiateur du *Monde*, comme Médiateur de la République ; s'il ne s'agit pas de la même fonction, l'écart entre la nomenclature et la réalité de la fonction atteste de la reconnaissance que ses organisateurs ont voulu lui allouer (Trépos, 1992). D'autres pays ont choisi des désignations distinctes : *garante del lettore*, en Italie, *defensor del lector*, en Espagne et dans les pays hispanophones, *provedor de leitor*, au Portugal, *okur temsilcisi*³¹, en Turquie. Aux Pays-Bas, on utilise aussi bien *lezersredacteur* qu'*ombudsman*. En somme, la fluidité dans la dénomination s'inscrit dans une stratégie d'ancrage nationale et mondiale de l'ONO, ce qui occasionne davantage de retentissement à son action. Au passage, selon la même stratégie, l'ONO met l'accent sur la fluidité des activités professionnelles et de la définition de médiateur de presse.

3.2.3.2 L'extension des activités professionnelles

L'élargissement des frontières du groupe fondé sur les activités professionnelles accomplies par le médiateur de presse est le deuxième degré du travail d'extension du titre. Il est alors question du travail de déplacement des « limites du revendicable, permettant de redéfinir le terrain d'intervention » (Trépos, 1992, p.45), de telle manière que l'ONO elle-même contribue à augmenter l'imprécision de la fonction de médiateur. Ainsi, dans ce mouvement sans cesse d'accroissement du champ d'action de ce groupe, on discerne de domaines qui sont au fur et à mesure inclus dans la compétence du médiateur. En effet, l'ONO répand les aptitudes du médiateur de presse en tant que responsable des activités de résolution de conflits et de barrière aux procédures judiciaires et en tant que spécialiste de la crédibilité des médias et de l'éthique journalistique. La première de ces attributions additionnée par l'ONO est celle de régler les conflits entre le public et le média qui pourraient donner suite à de procédures judiciaires. Cette attribution est prise en compte par les agents professionnalisés dès les années 1980 et est intégrée dans la brochure produite en 1993. Sous

³¹ L'ONO l'a traduit comme « représentant du lecteur ».

cet angle, la médiation de presse reçoit les contours d'une forme de pacification des relations entre les lecteurs et/ou les acteurs d'actualité et le média et s'approche de la médiation juridictionnelle, décrite par Bonafé-Schmitt (1992). De même que les activités de renforcement de la crédibilité, les activités qui contribuent à éviter que quelqu'un intente une action en justice contre le média d'information élargit le champ d'action du médiateur. De fait, cette activité n'était pas prise en compte dans les premiers textes sur la médiation de presse. Au lieu de recevoir et de traiter de plaintes des lecteurs insatisfaits de la qualité ou de fautes d'information, le médiateur a désormais affaire à l'acteur de l'actualité et/ou aux personnes qui se considèrent atteints par le média. Cet accroissement du champ d'action de la médiation de presse trouve sa place en raison de l'intensification de la juridicisation de la vie collective qui a augmenté les litiges contre les médias, notamment aux Etats-Unis.

Certains agents professionnels décrivent ouvertement la médiation de presse en tant qu'agent de résolution de conflits. Les arguments restent dans un registre économique. L. E. Glaser (1995) confronte la rémunération du médiateur et le montant des dommages-intérêts obtenus en justice. Il arrive à la conclusion que la dissuasion d'une seule personne à ne pas intenter une action en justice apporte des avantages économiques au média. *Cet ombudsman* cite encore une étude de l'Iowa Libel Research Project, présentée à la conférence annuelle de l'ONO de 1985, montrant que ceux qui s'adressent directement aux rédacteurs en chef ou à l'auteur de la copie terminent l'entretien insatisfaits de l'attitude défensive du journaliste. Ainsi, comme le médiateur disposerait de recul, il serait plus approprié pour s'en occuper et éviter de poursuites judiciaires. Ce ne sont pas que les agents professionnels qui intègrent ce nouveau domaine de compétence. Une étude signée par B. W. Mckinzie (1994) met en relation l'engourdissement de la fonction de médiateur de presse et les différences entre la médiation de presse et la médiation des conflits. L'auteur conclut que la médiation de presse n'est pas une alternative pour régler de litiges en évitant les recours juridictionnels, coûteux et préjudiciables à l'image du média, parce qu'elle ne possède pas les caractéristiques de la médiation de conflits.

En septembre 1999, à l'occasion de la rédaction d'une mouture de leur brochure, les agents professionnels de la médiation de presse introduisent un nouveau domaine de compétence. En décembre 1998, l'ASNE publie une enquête sur la chute durable de la crédibilité des journaux. La réponse de l'ONO est habile ; dès l'année suivante, elle ajoute dans sa brochure un objectif et le place avant les autres. Elle se dit apte à « aider la profession

journalistique à obtenir et à maintenir un standard éthique élevé dans les reportages d'information, de façon à améliorer sa propre crédibilité dans la population qu'elle sert³² ».

L'ONO s'offre et offre ses adhérents comme des spécialistes de l'éthique professionnelle des journalistes et des dépositaires d'un arsenal technique pour suppléer au déficit de crédibilité des médias. Ainsi, l'association ouvre le champ d'action des médiateurs en s'affirmant comme intermédiaire entre les directeurs de publication (*publishers*), les directeurs de rédaction (*editors*), les conseils de presse et d'autres organisations professionnelles, dans l'intention de les pourvoir d'interlocuteurs face aux groupes d'intérêts (*interest groups*) et de répondre aux enquêtes sur les médias.

3.2.3.3 *Le flou de la définition*

Un troisième degré du travail d'extension du titre consiste en une réponse aux accusations formulées contre l'ONO, à laquelle on reproche d'uniformiser les activités professionnelles des médiateurs, et, le cas échéant, des journalistes. La diversité des attributions et des routines de travail des médiateurs de presse est ainsi une réponse à ceux qui pourraient distinguer dans l'association des médiateurs un dispositif d'homogénéisation du groupe et de restriction de leur autonomie d'action³³ et, de ce fait, aller à l'encontre de l'idéologie de la fluidité des pratiques professionnelles des journalistes. En outre, l'extension du titre permet de contrebalancer certains obstacles dans les médias. Montrer l'élasticité de la fonction de médiateur sert encore à escamoter les réserves des directeurs des médias, parce qu'elle laisse aux propres acteurs la charge d'assembler les attributions pour façonner leur médiateur. Il existerait une certaine subjectivité dans l'exercice de la fonction de médiateur de presse, de sorte que l'on pourrait le considérer comme « une entité *unipersonnelle*, ce qui signifie que, selon le profil du titulaire de la charge, son exercice prend des caractéristiques différentes » (Mesquita, 1998b, p. 85) De même que la brochure de l'ONO (1999) affirme que « deux médiateurs ne travaillent pas exactement de la même façon », les agents professionnels vont faire état de cette diversité. S. Lamont (1999a) raconte qu'« il n'y a pas deux journaux qui utilisent les représentants du lecteur de la même manière³⁴ ». L'écart

³² « To help the journalism profession achieve and maintain high ethical standards in news reporting, thereby enhancing its own credibility among the people it serves » (ONO, 1999).

³³ Cet argument a été utilisé par les opposants de la création de l'ONO. Voir Jacoby (sans date).

³⁴ « No two newspapers use reader representatives the same way » (Lamont, 1999a).

entre ces deux caractérisations se situe dans la position du médiateur par rapport à la variété de manières de faire. La brochure de l'ONO met en scène la variété des possibilités du médiateur, alors que le trésorier de cette association attache, dans le bulletin de l'ASNE – Association Etasunienne des rédacteurs en chef de quotidien –, aux journaux les moyens d'agencer différemment la fonction de médiateur. Ainsi, les médiateurs de presse, lorsqu'ils s'adressent à tout public, peuvent faire correspondre la fonction à la subjectivité de chaque titulaire, mais lorsqu'ils s'adressent à la direction des médias, tendent à considérer que les possibilités d'ordonnement de la fonction proviennent des médias, et non plus de chaque titulaire de la fonction.

Le flou de la définition de frontières permet à l'ONO d'étendre la dimension du phénomène et de leur donner des signes de coordination et d'unité. Les médiateurs, en tant que groupe professionnel, profitent bien de cette imprécision des limites de la fonction et des attributions. Une délimitation précise, mais non limitative, rend le territoire d'un groupe professionnel plus extensible. De surcroît, les agents professionnels tiennent à affirmer que les multiples désignations et définitions n'empêchent pas les médiateurs de presse d'accomplir les missions qui sont communes à tous les médiateurs : « Malgré leurs différences, [...] tous sont engagés en faveur de l'impartialité, de la précision et de la justesse dans les articles d'information³⁵ » ou « certains journaux les appellent avocats des lecteurs. D'autres les [appellent] ombudsman, représentant du lecteur ou *public editor*. Le titre varie. Le concept pourtant demeure constant. [...] Les raisons d'avoir un représentant du lecteur – comme ses devoirs et ses titres – varient dans le pays. Mais, maintenir les portes ouvertes aux inquiétudes de lecteurs, et soumettre leurs journaux à une constante auto-évaluation professionnelle, font partie de la liste des objectifs de la grande majorité des *editors*.³⁶ ».

Au reste, les médiateurs s'efforcent de témoigner que la diversité d'attributions et de champ d'action des médiateurs ne saurait pas déprécier la grandeur de la fonction et détectent des points de similitude entre la fonction de médiateur mise en place dans plusieurs lieux. Ces similitudes touchent les manières de faire des médiateurs, mais aussi la composition et les inquiétudes du public et des journalistes : En dépit de l'hétérogénéité des médiateurs, il y a des « aspects du travail de l'*ombudsman* et des défaillances relevées par les lecteurs dans leurs

³⁵ « But whatever their differences, [...] all are committed to fairness, accuracy and balance in the news columns » (Nauman, 1994).

³⁶ « Some newspapers call them reader advocates. Others ombudsmen, reader representatives or public editors. The titles vary. [...] Reasons for having a reader representative – like duties and titles – vary all over the country. But keeping the doors open to readers' concerns, and subjecting their papers to professional constant self-examination, are on almost every editor's list » (Lamont, 1999a).

journaux qui se rassemblent quelque part.³⁷ ». Dans les chroniques sur les conférences de l'ONO, il est également question d'établir de différenciations entre les médias avec et sans médiateur. Ce qui en ressort, c'est la qualification des premiers comme des membres d'un groupe soucieux de la compétence professionnelle. M. V. Santos, *ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, qui affirme que les participants des conférences de l'ONO, c'est-à-dire les membres de cette association, « appartiennent à un petit groupe de journaux et de chaînes, la majorité connue pour l'attention particulière qu'ils donnent à l'éthique et à la qualité.³⁸ ». Dans les chroniques des médiateurs de presse, les comptes rendus des enquêtes réalisées par l'ONO traçant le profil des titulaires de la fonction associent les journaux disposant de médiateur de presse à la qualité de ces publications, en ce sens que « les journaux avec *ombudsman* apportent une attention spéciale à la qualité³⁹ ».

3.2.4 La médiation de presse selon les enquêtes de l'ONO

A la fin 1996, l'ONO a réalisé une enquête auprès de ses membres dans le but de connaître les activités professionnelles des médiateurs, en se concentrant sur les tâches accomplies, leur fréquence et leur valeur⁴⁰. Vingt huit médiateurs de presse, de cinq pays, ont répondu au questionnaire distribué par l'ONO, lequel était renvoyé spontanément, si bien que les réponses ne sont pas la représentation statistique des médiateurs. Il se peut donc que les réponses proviennent des médiateurs de presse qui étaient les plus motivés et qui avaient une position plus confortable au sein de l'entreprise ; c'est-à-dire ceux qui disposent de plus d'autonomie. Au reste, nous n'avons pas eu accès à des documents qui auraient pu nous informer sur le nombre exact des membres de l'ONO en décembre 1996 et nous permettre de le confronter au nombre de personnes ayant répondu à l'enquête. En mai 1996, pendant la conférence annuelle de l'ONO, l'association compte trente-huit membres actifs⁴¹, alors qu'en

³⁷ « Aspectos do trabalho dos ombudsmen e deficiências apontadas pelos leitores em seus jornais que se parecem em qualquer lugar ». In: R. L. Prete, « A barriga da discórdia », *Folha de S. Paulo*, 17/05/1998.

³⁸ « Pertencem a um pequeno grupo de jornais e emissoras, a maioria conhecida pela atenção que dá a ética e qualidade ». In: M. V. Santos, « Entre Robin Hood e Madre Teresa de Calcutá », *Folha de S. Paulo*, 11/05/1997.

³⁹ « Jornais com ombudsman dão atenção especial para a qualidade ». In: M. Leite, « Globalização e qualidade », *Folha de S. Paulo*, 03/03/1996.

⁴⁰ Les résultats de l'enquête envoyés aux membres de l'ONO sont reproduits en annexe.

⁴¹ In: M. Leite, « Questões de sobrevivência », *Folha de S. Paulo*, 19/05/1996.

1997, quarante et un médiateurs de presse étaient présents au rassemblement annuel de cette association⁴².

A l'examen des questions posées, on constate que l'activité professionnelle commune à tous les médiateurs de presse est la réception d'appels téléphoniques de lecteurs, alors que les autres moyens de communication avec le médiateur ne sont pas uniformes. En fait, les questions portant sur la réception d'appels téléphoniques s'intéressent directement à la quantité d'heures hebdomadaires consacrées à la réception et aux rappels téléphoniques des lecteurs, sans qu'il soit préalablement demandé au destinataire du questionnaire s'il accomplissait effectivement cette tâche, tandis que les questions portant sur les autres modalités dont le lecteur dispose pour prendre contact avec le médiateur consistaient à premièrement demander si elles étaient exécutées. Quant aux autres activités professionnelles des médiateurs de presse, la quantité de titulaires qui les accomplissaient étaient bien variable. Sur les vingt-huit questionnaires renvoyés, vingt-quatre médiateurs (85% des réponses) écrivaient des chroniques, l'un était responsable d'une émission radiophonique hebdomadaire et un autre présentait régulièrement une émission de télévision, ce qui fait vingt-six médiateurs publicisant leurs activités (93%). Dans la presse écrite, la fréquence de publication d'une chronique dans les pages des journaux était bien diversifiée : 16 médiateurs (66%) avaient de chroniques hebdomadaires, alors qu'un médiateur de presse publiait quotidiennement une chronique, deux disposaient de chroniques bimensuelles, deux de chroniques mensuelles et deux de chroniques bimestrielles.

La publication de chroniques constituait l'activité professionnelle la plus habituelle. Ensuite, étaient placés les échanges avec des groupes de la communauté (22 médiateurs) ; l'écriture de critiques internes (21 médiateurs), l'élaboration de rectificatifs (12) ; la présence aux conférences de la rédaction (neuf médiateurs, dont huit le faisant quotidiennement, et un, mensuellement) ; l'organisation de colloques avec les lecteurs et de forums au sein du journal (sept médiateurs) ; l'autorisation de réimpression (sept médiateurs) ; la sélection du courrier des lecteurs (trois médiateurs) ; la responsabilité du bureau de renseignements (trois médiateurs). A la question consistant à interroger les médiateurs sur la partie de leur travail qu'ils estimaient la plus importante, l'item qui a reçu plus de réponses était « l'accès des lecteurs aux rédacteurs en chef/ à l'institution⁴³ » (neuf réponses). Il venait ensuite les « chroniques » (sept réponses), et « faire des enquêtes et enquêter et répondre les plaintes »

⁴² In : M. V. Santos, « Entre Robin Hood e Madre Teresa de Calcutá », *Folha de S. Paulo*, 11/05/1997.

⁴³ « Readers access to editors/the institution » (ONO, 1997).

(quatre réponses). Puis, venait « expliquer » (trois réponses); « communiquer » (deux réponses). Avec une seule réponse, on discernait les items « faire de mémos », « la sincérité » et « favoriser la crédibilité » du média.

3.2.5 Favoriser l'accès du public

En fait, la modélisation de la médiation de presse mise en circulation par certains agents professionnels accorde de l'importance aux attributions qui rendent possible l'accès des lecteurs aux médias. En tant que directeur de la rédaction disposant d'une « décennie de coexistence heureuse avec trois médiateurs différents⁴⁴ » C. W. Bailey (1990) se juge à même d'exposer sa conception du médiateur de presse. D'après lui, le médiateur doit principalement « recevoir et enquêter sur les réclamations des lecteurs, rapporter ses conclusions aux rédacteurs en chef des services, obtenir et rapporter les réponses⁴⁵ » au lecteur. Comme activités secondaires, C. W. Bailey énumère l'élaboration d'un rapport quotidien à la rédaction sur le contenu des réclamations des lecteurs et la sporadique préparation de mémos à l'intention de la direction de la rédaction, tandis que la production d'une chronique externe est souhaitable, mais non pas indispensable. En l'espèce, la réception et le traitement des réclamations des lecteurs et l'élaboration de rapports quotidiens sur les avis des lecteurs devraient être des activités courantes des médiateurs. En somme, dans la configuration de la médiation de presse mise en place par C. W. Bailey, les opérations concernant la relation avec les lecteurs et le rapport de leurs réclamations aux responsables des services du média sont primordiales, alors que les opérations de critique interne – notamment les mémos dans lesquels le médiateur réalise l'appréciation du traitement de l'information et les chroniques – deviennent accessoires.

D'autres présentations de la fonction de médiateur mettent également en avant les activités de réception et le traitement des réclamations des lecteurs, c'est-à-dire les activités par lesquelles le médiateur déploie l'accès du lecteur au média. Dans l'article « Lending an ear. Whether called... public editor, reader advocate, reader representative or ombudsman... more and more papers are listening to readers. Should yours? », publié par le bulletin de

⁴⁴ « Decade of happy coexistence with three different ombudsmen » In : Bailey (1990).

⁴⁵ « The ombudsman's main function is to receive and investigate complaints from readers, report his findings to top editors, obtain and deliver responses » (Bailey, 1990).

l'ASNE, S. Lamont, *ombudsman* du quotidien étasunien *Sacramento Bee*, caractérise la médiation de presse comme le porte-parole des lecteurs ayant des réclamations auprès de la direction des médias: « Les quotidiens ont nommé des journalistes dont la tâche principale est d'écouter les lecteurs, de s'assurer que les rédacteurs en chef vont entendre ce qui a été dit et d'utiliser cette information pour aider à améliorer le journal⁴⁶ ». A la suite de cet article, S. Lamont (1999b) dresse les « Ten commandments of ombudsmen » (« Les dix commandements du médiateur »), dont les règles sont exclusivement tournées vers la réception et le traitement des réclamations des lecteurs. Son auteur a l'ambition de convaincre les directions de média d'information, le centre de la cible du bulletin, à faire davantage appel au médiateur. De fait, S. Lamont renforce la représentation du médiateur comme instance de réception et de traitement des communications des lecteurs et laisse de côté les attributions de critique du média. Ainsi, le rôle du médiateur heurterait moins la rédaction et la direction des médias et la fonction aurait plus de moyens d'être admise dans les médias qui sont toujours réfractaires à son égard. Huit de deux commandements portent sur la capacité d'écoute et sur la procédure adéquate de réception et de traitement des réclamations des lecteurs. Le médiateur de presse devrait être apte à écouter calmement, poliment et sérieusement les réclamations des lecteurs, sans avoir de préjugés et devrait assurer la retransmission de la réclamation, mais sans s'avancer à apporter des modifications qui ne seraient pas de sa compétence⁴⁷

Les dix commandements que le médiateur de presse devrait observer sont :

1. Taisez-vous et écoutez. [...];
2. Prenez au sérieux même les lecteurs irrités [...];
3. Répondez, de toute façon, à chaque appel ou lettre [...];
4. Assurez chaque lecteur que son message sera délivré à la personne de la gestion du journal ayant l'autorité d'en faire quelque chose ;
5. Remettez rapidement tous les messages à la personne responsable, dans le journal ;
6. Ne donnez pas au lecteur l'impression que vous pouvez changer les choses ;
7. Si la réclamation implique un rectificatif ou une rétractation, [...] ne faites pas de promesses [...];
8. Ne faites pas de suppositions sur le lecteur [...];
9. Ne faites pas de suppositions sur les membres de la rédaction [...];

⁴⁶ « Daily newspapers have appointed journalists whose primary assignment is to listen to readers, make sure editors hear what was said, and use that information to help improve the newspaper » (Lamont , 1999a).

⁴⁷ Une transcription réduite de ces deux commandements a été publiée par E. Serrano, *provedora dos leitores* du quotidien portugais *Diário de Notícias*. Pourtant, l'auteur de ces règles devient l'ASNE et non pas l'*ombudsman* du *Sacramento Bee*. In : E. Serrano, « 'Ambiguidades' », *Diário de Notícias*, 05/06/2001.

10. Soyez poli⁴⁸ »

Dans le colloque « Press Regulation : How far has it come ?, réalisé à Séoul, en juin 1994, L. E. Glaser, premier *ombudsman* du quotidien californien *Fresno Bee*, appartenant au même groupe de presse du *Sacramento Bee* et dont la fonction a été depuis supprimée, donne une caractérisation analogue en définissant son expérience en tant que médiateur de presse comme la personne chargée de la prise en compte des réclamations des lecteurs : « Mon rôle [...] était d'écouter soigneusement ce que les lecteurs avaient à dire sur *The Bee*, d'enquêter sur leurs préoccupations et, finalement, de répondre à ces questions, commentaires, plaintes⁴⁹ ».

3.2.6 La mise en avant de la critique des médias

Il est vrai qu'une telle modélisation de la médiation de presse – qui attache essentiellement de la valeur aux attributions qui favorisent l'accès du public aux médias – n'est pas unanimement partagée par tous les agents. En l'espèce, on retrouve des caractérisations de la médiation de presse qui mettent en évidence l'attribution de critique des médias. Dans la même circonstance où L. E. Glaser rapporte que son poste de médiateur de presse consistait principalement en la relation avec le lecteur, deux autres médiateurs de presse ont présenté une autre configuration du médiateur de presse, dans laquelle l'appréciation des pratiques journalistiques prend la plus grande dimension. A. C. Nauman, alors *ombudsman* du *Sacramento Bee*, prédécesseur de S. Lamont à ce poste et secrétaire de l'ONO, considère le médiateur de presse comme « un homme ou une femme auquel ou à laquelle il est payé un salaire consistant pour critiquer ses propres pairs, ses propres associés, quelquefois ses propres amis⁵⁰ ». J. Byrd, alors *ombudsman* du *Washington Post*, suit cette configuration de la médiation de presse : « J'accomplis les autres tâches [...] d'un médiateur

⁴⁸ « 1. Shut up and listen [...] ; 2. Take even irritating callers seriously [...] ; 3. Respond, somehow, to every call or letter [...] ; 4. Assure each caller that the message they bring will be delivered to a person in the newspaper management who has the authority to do something about it ; 5. Deliver all the messages, quickly, to the right people at the newspaper ; 6. [...]. Don't give the caller the impression you will change things ; 7. If the call involves a correction or retraction [...] don't make promises [...] ; 8. Make no assumptions about a caller [...] ; 9. Make no assumptions about newsroom [...] ; 10. Be polite » (Lamont, 1999b).

⁴⁹ « My charge [...] was to listen carefully to what readers say about *The Bee*, to investigate their concerns and, finally, to respond to those questions, comments, complaints » (Glaser, 1994).

⁵⁰ « A man or woman who is paid a decent salary to criticize his or her own peers, his own associates, often her own friends » (Nauman, 1994).

de presse, mais au *Post*, mon rôle principal est la critique. [...] Il m'arrive de penser que cela est la partie la plus influente du travail du médiateur⁵¹ ».

⁵¹ « I do the other tasks [...] of a news ombudsman, but my primary assignment at *The Post* is critic. [...] I happen to think it's the most influential part of the ombudsman's work » (Byrd, 1994).

4 Dispositifs relatifs à l'autonomie du médiateur de presse

Aux chapitres précédents, nous avons discerné que l'ONO met en circulation l'hétérogénéité des attributions de la fonction de médiateur de presse. Cette opération permet de ne pas restreindre le groupe, sans pour autant élargir abusivement ses frontières. L'arsenal de mesures mis en place par les médias et/ou revendiqué par les agents professionnels englobe la définition, le statut, la modalité du contrat, le profil du titulaire, la liste de ses tâches. Ces dispositifs sont inégalement distribués, et cela est employé pour distinguer les stratifications de la médiation de presse et pour mettre en circulation une classification, produite par les médiateurs eux-mêmes, de ceux qui ont « plus d'indépendance que d'autres¹ ». Ceux qui prennent le plus d'indépendance constituent le professionnel paradigmatique de la fonction et en renforcent une définition « forte », une représentation de la médiation de presse divulguée au public. En outre, quelques dispositifs ont été mis en place pour signifier l'autonomie professionnelle des médiateurs, dont l'énumération et la catégorisation occupe une place prépondérante dans l'argumentaire des agents professionnels et des titulaires de la fonction.

Ce sont les dispositifs tels que les attributions, le statut, le contrat de travail, etc. qui forment les mesures et les mécanismes de l'autonomie professionnelle de la médiation de presse et qui distinguent la position des postes de médiateur de presse à l'égard de la représentation du professionnel paradigmatique. Il s'agit de dispositifs statutaires ou non

¹ « Some have more independence than others » (Nauman, 1994).

réglementés qui ont la fonction symbolique de marquer la dissemblance de la médiation de presse et des services clientèle, de mettre à disposition du titulaire de la fonction « tous les moyens nécessaires pour qu'il remplisse sa mission de garantir la défense des droits des lecteurs² », de renforcer l'autonomie du médiateur vis-à-vis de la direction du média et/ou de faire preuve de sa valeur en montrant qu'elle « serait et est pour prendre au sérieux³ ». Dans ce chapitre, nous exposerons et analyserons les principaux thèmes de la garantie de l'autonomie du médiateur, en saisissant leur dynamique dans la mise en circulation de la représentation d'un professionnel paradigmatique de la fonction.

La publicisation des appréciations du médiateur sur le traitement de l'information par le média d'information dans lequel il travaille n'est pas une attribution commune à tous les médiateurs. Loin de là, le premier poste d'ombudsman aux Etats-Unis n'avait pas pour tâche de publier une chronique⁴ et au Japon, les médiateurs de presse ne produisent que des rapports remis à la direction du média. Pourtant, la production de la chronique, dans la presse écrite, et d'une émission, dans l'audiovisuel, apparaît comme la spécificité de la médiation de presse et constitue le point essentiel de son dispositif argumentatif. C'est aussi le fait d'apprécier le traitement de l'information produite par le média qui met le médiateur dans une situation paradoxale. Dans les chroniques, autant il lui est nécessaire de démontrer au public externe son autonomie et son dégageant à l'égard de l'entreprise qui le paie, autant il lui faut faire preuve au sein du propre média de son autonomie face à la direction de la publication en montrant qu'il n'est pas un simple « surveillant général de journal⁵ ». En fait, l'entreprise de presse et le médiateur doivent faire face à une dénonciation qui assaille cette fonction, celle de nous « faire croire qu'on peut être juge et partie en ressassant, inlassablement, les mêmes arguments tautologiques » (Bourdieu, 1998, p. 86). Dans les écrits des médiateurs de presse et dans le matériel de divulgation de l'ONO, on identifie un ensemble de thèmes sur la garantie de l'autonomie des titulaires de la fonction vis-à-vis de l'entreprise de presse. L'agencement de ces thèmes est si imprégnant qu'il contamine les écrits sur la fonction, de sorte que dans plusieurs travaux d'observateurs extérieurs, on retrouve une problématique de faiblesses et

² « Todos os meios necessários para que este cumpra a sua missão de garantir a defesa dos direitos dos leitores » (« Estatuto do Provedor do Leitor do Público », *Público*, 1996).

³ « Seria e é para valer », Vismona. L'auteur est président de l'ABO – Association Brésilienne de Ouvidores.

⁴ Rappelons qu'en 1967, lorsque que la fonction a été instituée au *Louisville Courier Journal* et au *Louisville Times*, les attributions de l'ombudsman n'incluaient pas la publication de chroniques, qui ne sont apparues qu'en 1970, avec l'introduction de la fonction au *Washington Post*

⁵ « Bedel de journal » (Costa, 1991, p. 137).

d'avantages de la médiation de presse semblable à celle mise en circulation par les agents de cet espace professionnel.

Etant donné que ces études se concentrent notamment sur les titulaires étasuniens de la fonction de médiateur, il n'est pas possible de discerner le statut de chaque médiateur de ce pays. Dans d'autres pays, le statut du médiateur est exposé par le média⁶. Les médias affichent l'autonomie des titulaires de la fonction comme la condition d'accomplissement effectif de leurs charges. Pour remplir son attribution d'intermédiaire entre la rédaction et le public, le médiateur de presse est censé être indépendant à l'égard de la direction du média. Le lien de subordination institutionnelle entre le médiateur et l'entreprise de presse rend fragile des discours d'autonomie, ce qui appelle à des garanties statutaires ou non pouvant lui assurer une considérable autonomie par rapport à la hiérarchie et à la rédaction du média. D'autres médias ont opté pour engager des médiateurs extérieurs au média, et, dans peu de cas, extérieurs à la profession journalistique.

4.1 *Outsider ou insider*

Tout d'abord, le médiateur est un salarié de l'entreprise de presse où il est implanté. Ainsi, aussi bien les médiateurs qui avaient derrière eux plusieurs années dans l'entreprise, que les médiateurs qui étaient extérieurs au média et/ou extérieurs à la profession journalistique perçoivent une rémunération du média. De cette façon, dans les débats sur les mesures pour assurer l'autonomie de la médiation de presse, l'un de thèmes centraux réside dans son expérience professionnelle préalable et dans le parcours professionnel de l'occupant à la fonction. On discerne deux types de positionnement sur l'origine des médiateurs ; il s'agit d'identifier si le médiateur de presse le plus approprié est un journaliste ou quelqu'un extérieur à la profession. Dans le premier cas, faudrait-il être un journaliste de la maison ou celui d'une autre entreprise de presse. Entre le médiateur *insider* et le médiateur *outsider*,

⁶ Au *Folha de S. Paulo*, certaines dispositions statutaires de l'*ombudsman* sont publiées au pied de page de chaque chronique. Le site Internet du *Público*, quotidien portugais, apporte le statut de leur *provedor*. Le statut du *provedor* du *Diário de Notícias* est publié en annexe de l'ouvrage de son premier titulaire (Mesquita, 1998a).

l'enjeu est la neutralité et l'objectivité dans l'appréciation des pratiques professionnelles des journalistes.

Ce débat atteint les écrits des médiateurs, dans lesquels c'est notamment l'expérience professionnelle et la connaissance de l'entreprise qui fonde la sélection des journalistes de la maison, parce que les professionnels désignés au poste de médiateur sont « souvent les plus vieux, les plus éprouvés [...] membres de la rédaction⁷ ». Par exemple, R. Solé compare les avantages des deux cas de figure : « Un salarié du *Monde* est-il bien placé pour occuper cette fonction ? Non, si l'on part du principe que le médiateur doit être insensible à toute pression, totalement indépendant et parfaitement objectif. Cet oiseau rare, s'il existe, ne peut se trouver qu'à l'extérieur de l'entreprise. Un jour prochain, peut-être... En attendant, la formule adoptée présente au moins un avantage : celui de pouvoir observer les choses de l'intérieur, en connaissance de cause. Vivant au sein du journal, après y avoir longtemps travaillé, le médiateur en connaît le fonctionnement. Il peut enquêter sur une erreur et en tirer les enseignements. À défaut d'être neutre, rien ne lui interdit d'être honnête⁸ ».

En l'occurrence, R. Solé établit la distinction entre un « salarié du *Monde* » qui connaît bien la publication et quelqu'un « à l'extérieur de l'entreprise » qui serait « totalement indépendant et parfaitement objectif ». De ce fait, le clivage entre celui qui est à l'intérieur et celui qui vient de l'extérieur se fonde sur la bipolarité entre la connaissance de l'entreprise de presse – signe de la compétence professionnelle pour bien remplir les fonctions de médiateur – et l'extériorité – preuve de la liberté d'action. Selon les agents professionnels, les journalistes, en plus de la capacité de représenter les lecteurs, ont l'appréciation globale du produit journalistique, l'évaluation temporelle et le discernement de toutes les contraintes qui pèsent sur le travail des journalistes. Sous cet angle, les journalistes seraient les uniques compétents pour mener un contrôle technique et éthique des pratiques professionnelles. Un journaliste venu des rangs de la propre entreprise de presse est le dispositif employé par certains dans l'agencement de la médiation de presse.

Pour s'opposer aux dénonciations de manque d'objectivité et de neutralité, on raisonne sur les avantages du journaliste *insider* et non pas seulement de l'intérieur de la profession journalistique. Ainsi, en respectant la terminologie de L. Boltanski et L. Thévenot (1991), on oppose le monde domestique – l'engagement affectif à l'entreprise – au monde industriel – la compétence professionnelle, le respect de routines de travail – qui superpose les choix

⁷ « Often [...] older, more experienced [...] members of the staff » (Jacoby, sans date).

⁸ In : R. Solé, « Au risque de déplaire, *Le Monde*, 07/09/1998.

émotionnels, c'est-à-dire que cette justification réaffirme le professionnalisme des journalistes. Pourtant, pour les contradicteurs de la médiation de presse, l'appréhension de l'avenir professionnel pourrait amener les journalistes *insider* à prendre de positions sympathiques vis à vis du média. Outre l'extériorité du médiateur, l'âge du médiateur est agencé pour rétorquer aux dénonciations d'insuffisance d'indépendance. La fin du parcours professionnel, la proximité de la retraite sont des garde-fous au manque d'autonomie du médiateur, tout en étant une caution sur sa compétence professionnelle. C'est avec ces arguments, par exemple, que les médiateurs du *Monde* répondent aux critiques des lecteurs à l'égard d'appréciations considérées favorables et/ou bienveillantes au quotidien. La justification revient à affirmer que « le médiateur étant, en règle générale, assez avancé dans sa carrière pour n'être pas trop soucieux de son avenir⁹ ». Il est donc dressé une corrélation entre le séjour dans l'entreprise de presse et l'engagement affectif, ce qui conduirait à une tendance à défendre les choix rédactionnels du média. Pourtant, même le médiateur *outsider* est à court de légitimité. Ce qui est mis en doute, ce n'est pas le parcours professionnel du médiateur, mais la manière de désigner les nouveaux médiateurs de presse. Les propres titulaires de la fonction ne sont pas en état de garantir qu'un médiateur venant de l'extérieur de l'entreprise de presse possède incontestablement une autonomie. Ainsi, M. Mesquita affirme que « les entreprises veulent présenter les *ombudsmen* comme des *outsiders*, dans la mesure où le contrat qu'ils établissent avec le quotidien leur confère un certain degré d'autonomie. Mais le médiateur est choisi par la hiérarchie entrepreneuriale et rédactionnelle » (Mesquita, 1998b, p. 85).

4.1.1 Les choix de quelques quotidiens

On retrouve le débat sur l'extériorité ou l'intériorité du médiateur de presse dès des textes fondateurs de la fonction. Considéré comme l'un des incitateurs de la médiation de presse, le texte de B. H. Bagdikian (1967) suggère un « *community ombudsman* » alors qu'au *Washington Post*, pendant les discussions préparatoires à la création de la fonction, il a été envisagé un médiateur *outsider*. La proposition vient de P. M. Foisie(1969a) : dans un mémo daté du 10 novembre 1969 et adressé à la direction du quotidien, il propose qu'un panel de

⁹ In : T. Ferenczi, « Entre indépendance et solidarité », *Le Monde*, 10/03/1997.

lecteurs du quotidien choisisse une personnalité extérieure au *Post* pour occuper le poste d'*ombudsman*. Dans le mémo daté du 21 novembre 1969, cette suggestion est abandonnée au profit d'un *ombudsman* venant de la rédaction du quotidien. Le même *Washington Post* fait désormais appel à des *ombudsmans* provenant de l'extérieur de ses rangs. Ce sont d'anciens journalistes, des professeurs de journalisme, des diplomates, etc. Mais, le journal peut également nommer d'anciens journalistes ayant appartenu à sa rédaction. L'argument principal de B. C. Bradlee, *executive editor* du *Post*, est que le médiateur n'est entièrement indépendant que s'il n'appartient pas aux rangs du média (Jacoby, sans date).

En fait, après avoir expérimenté plusieurs possibilités, le *Washington Post* continue à en faire une rotation : tantôt il recrute des *ombudsmans* extérieurs à l'entreprise, tantôt il nomme d'anciens journalistes du quotidien. Pourtant, la proposition d'un panel de lecteurs pour choisir l'*ombudsman* a jusqu'à ce moment été repoussée. Au début des années 1970, dans les premiers temps de la médiation de presse au sein de ce journal, la direction du *Post* a préféré nommer des journalistes venant de sa propre rédaction. Puis, son quatrième *ombudsman* était un journaliste d'un quotidien concurrent. Ensuite, comme caution d'indépendance à l'égard de la direction du quotidien et de la profession journalistique, le *Washington Post* a porté son choix sur des personnalités extérieures au journalisme, comme des universitaires, des diplomates. Cette option pour assurer l'autonomie professionnelle du médiateur commence avec l'universitaire W. Green, le cinquième *ombudsman* du *Washington Post*. Le diplomate R. McCloskey, sixième occupant de cette fonction, venait également de l'extérieur de l'espace journalistique¹⁰.

Actuellement, le *Washington Post* oscille toujours entre ces possibilités, tout en préférant engager des journalistes renommés ayant travaillé dans le quotidien et étant au bord de la retraite et des journalistes travaillant pour des médias concurrents et des enseignants d'écoles de journalisme, notamment ceux chargés de cours d'éthique professionnelle¹¹. De plus, le contrat de travail du médiateur avec le *Post* le protège de tout licenciement pendant la durée de son 'mandat' – 'tenure', en anglais – et l'exclut d'être engagé ultérieurement en tant qu'employé du quotidien (Moses, 2000). Ce dernier dispositif a été mis en place par d'autres médias, comme le *Diário de Notícias*, dont le statut du *provedor* comprend « l'impossibilité

¹⁰ In : R. Solé, « Le Médiateur du *Washington Post* », *Le Monde*, 09/051982.

¹¹ J. Byrd, l'avant-dernière ombudswoman du quotidien enseigne éthique journalistique à l'University of Washington, à Seattle. E. R. Shipp, le dernier ombudsman est un lauréat du Prix Pulitzer et a enseigné à l'école de Journalism de Columbia. L'actuel ombudsman M. Getler, après avoir travaillé au *Post* pendant vingt-six ans, a, de 1996 à 2000, rempli les fonctions d'*executive editor* de l'*International Herald Tribune*, à Paris.

de renouvellement du contrat et la circonstance de ne pas appartenir aux rangs du personnel de l'entreprise propriétaire du *Diário de Notícias* dans le dessein de garantir l'autonomie du *Provedor dos Leitores* »¹² ». Aussi bien le *Monde* que le *Folha de S. Paulo* ont déjà envisagé d'embaucher un médiateur outsider¹³, sans pour autant l'avoir concrétisé. Tant dans le discours des agents professionnels que dans les interventions occasionnelles de membres du groupe professionnel des journalistes favorables à la fonction de médiateur, ce qui est mis en avant ce sont les compétences professionnelles d'un journaliste. En l'espèce, le plaidoyer de J.-L. Péninou, alors directeur général du quotidien national français *Libération*, en est une bonne illustration. Ce journaliste soutient qu'il « paraît préférable que les ombudsmans de presse soient des journalistes expérimentés et respectés. Intervenant sur le travail des journalistes, il est indispensable qu'ils en connaissent intimement la nature, les méthodes et les difficultés » (Péninou, 1990, p. 80).

Ainsi, les critiques de la médiation de presse désapprouvent surtout le dispositif de médiateur *insider*, qui est trop proche de l'entreprise de presse : « Certains jugent cependant ces institutions insuffisantes, au motif qu'elles sont trop internes à la presse » (Roman, 1992, p. 98) et « l'efficacité de l'institution reste à démontrer au point qu'aux Etats-Unis, on s'est demandé s'il n'était pas un gadget, ou le moyen de donner une bonne image à l'entreprise au prix d'une légère dose d'autocritique peu coûteuse et peu compromettante. [...] [A. Laurens] a publié occasionnellement des commentaires, des rectifications et des excuses, parfois avec subtilité, toujours avec une modération, un sens de la nuance et une prudence qui l'ont sans doute mis à l'abri de toute polémique interne, mais ont largement dissuadé le lecteur de tout intérêt pour cette rubrique supposée critique » (Pigeat, 1997, pp. 104 et 236).

¹² « A impossibilidade de renovação do contrato e a circunstância de não pertencer aos quadros de pessoal da empresa proprietária do *Diário de Notícias* destinam-se a garantir a autonomia do *Provedor dos Leitores* » (« Estatuto do provedor do *Diário de Notícias* »)

¹³ « Nova ombudsman da *Folha* assume no dia 2 de março. Renata Lo Prete vai exercer mandato que, agora, poderá ter três anos » *Folha de S. Paulo*, 18/01/1998 et R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

4.2 Le profil et le parcours professionnel

Avant d'occuper ce poste, les médiateurs de presse ne suivent aucune formation spécifique dispensée par des instituts de formation ou inscrite dans un cadre universitaire. En fait, pour s'entraîner à la médiation de presse, le nouveau désigné au poste ne dispose que d'une formation d'autodidacte de médiateur de presse qui s'appuie sur le contact avec les 'anciens', sur son expérience individuelle, et sur son apprentissage sur le tas. En France comme au Brésil, aucun manuel n'est consacré à l'enseignement de la fonction de médiateur. Au Brésil, les ouvrages sur la fonction disponibles sur le marché éditorial ont été écrits par les propres médiateurs pour raconter leurs parcours dans la fonction. L'expérience professionnelle n'est reproduite que par la mise en récit de situations professionnelles, comme certains heurts entre l'ombudsman et la rédaction ou entre l'ombudsman et les lecteurs et la reproduction de chroniques.

Le contact avec les 'anciens', soit des membres de l'ONO, soit des prédécesseurs dans le média, sert à éclaircir certains doutes et à connaître la manière dont ils se sont conduits face à certaines situations. Un contact qui peut être engagé à distance, par différents moyens de communication, comme les conférences téléphoniques organisées par l'ONO, dont l'un des objectifs est d'offrir à ses membres l'occasion d'« échange d'expériences, d'informations et d'idées¹⁴ ». Ainsi, cela recouvre partiellement le « tutorat », qui se rapporte à la transmission du savoir au travers de la présence physique de celui qui enseigne, et par le geste et par la voix. Le savoir peut être transmis par un ancien, mais sans sa présence physique. Qui plus est, celui qui devient médiateur apprend notamment par « familiarisation » ; il tâtonne, il essuie des échecs et apprend par la répétition de procédures de travail (Trépos, 1992, p. 23). Nous sommes alors face à deux modes d'apprentissage de la compétence professionnelle, quoiqu'ils ne suivent pas entièrement l'ensemble de leurs caractéristiques¹⁵.

Le choix de l'occupant à la fonction de médiateur de presse est de la compétence du management de l'entreprise de presse¹⁶. Néanmoins, le choix d'un médiateur permet

¹⁴ « Exchanging experiences, information and ideas » (ONO, 1999).

¹⁵ En plus de la « familiarisation » et du « tutorat », un autre mode d'apprentissage est la « didactique », où le savoir et les expériences professionnels sont systématisés (Trépos, 1992).

¹⁶ Dans les écrits sur le médiateur de presse, on discerne d'autres manières de procéder à ce choix, qui s'avèrent toutefois d'exceptions. Par exemple, au moment de la création du quotidien *AN Capital*, à Florianópolis, état de Santa Catarina, le comité d'implantation a désigné occupant de la fonction et ce choix a été validé par la

d'affirmer que la compétence professionnelle a son mot à dire. Il ne s'agit pourtant pas d'une compétence professionnelle spécifique pour être médiateur de presse, puisque les titulaires de la fonction ne suivent aucune formation ; ce sont leurs compétences professionnelles antérieures et leurs acquis professionnels qui leurs assurent le droit d'occuper le siège de médiateur. En somme, ceux qui accèdent à la fonction de médiateur de presse sont normalement des journalistes ayant une expérience professionnelle plus large dans les fonctions de reportages que dans celles de mise en forme, comme la préparation et le tri des articles et l'exécution de la mise en page. L'option préférentielle de choisir un journaliste pour occuper la fonction de médiateur doit être appréhendée comme une manière d'échapper aux dénonciations et de réduire la résistance du groupe professionnel des journalistes. La médiation de presse, même dans le cas où elle est implantée sur la demande du groupe professionnel, court le risque a posteriori de s'attaquer à la production individuelle de quelques journalistes et d'indisposer certains membres de la rédaction. La littérature sur la médiation de presse en apporte plusieurs exemples, comme les trois gâteaux décorés des mots « *picky* » offerts à un *ombudsman* du *Washington Post*. On raconte que les médiateurs de presse partagent la sensation que « les gens avec qui ils travaillent n'aiment vraiment pas les avoir auprès d'eux¹⁷ ».

Ainsi, nous avons le journaliste qui est statutairement fragile, d'une part, et d'autre part, le pouvoir collectif des journalistes (Bourdieu, 1995). Il est évident que les tensions et les confrontations de force existent. Pour atténuer les tensions et les confrontations, le médiateur de presse ne peut pas être simplement imposé à une rédaction et il est donc nécessaire à un certain degré d'obtenir l'adhésion du groupe. L'engagement d'un journaliste – soit, en accord avec la législation du pays, le titulaire d'une carte de presse, soit la personne diplômée d'une école de journalisme, soit le professionnel pourvu d'une ample expérience professionnelle dans le journalisme – peut conforter la rhétorique professionnelle des journalistes et atténuer le discours de dénonciation de la fonction. Si la médiation de presse était diversement attachée à un groupe professionnel autre que celui des journalistes, les analyses du médiateur pourraient être envisagées comme un affront à la souveraineté du groupe professionnel des journalistes et taxés d'une manifestation d'ingérence externe à l'espace journalistique. En fait, l'argumentation des agents professionnalistes mise sur les compétences des journalistes : le

direction de la rédaction. L'expérience de la médiation de presse de l'*AN Capital* a été pourtant interrompue à la fin du mandat du premier médiateur, de septembre 1995 à août 1997 (Mendes, sans date).

¹⁷ « The people they work with don't really enjoy having them around » (Bailey, 1990).

médiateur de presse est préférentiellement un journaliste parce qu'il lui faut avoir la maîtrise des compétences techniques et la connaissance du processus de production de l'information, de sorte que les médiateurs sont des personnes ayant « typiquement une profonde expérience dans le journalisme¹⁸ ».

En l'espèce, les enquêtes étasuniennes sur la médiation montrent que les titulaires de cette fonction sont majoritairement des journalistes vétérans. A la fin des années 1970, tous les médiateurs interrogés par S. Kapoor et R. Smith (1979) étaient journalistes et leur âge moyen était de 54 ans. Sept médiateurs, parmi les dix-huit sondés avaient de vingt et une années à quarante-trois années d'expérience dans les médias. Leur profil était celui d'un journaliste chevronné, connaissant le management des journaux et ayant exercé des fonctions de révision de textes et de mise en forme des éditions au sein des journaux pour lesquels ils travaillaient. Au bout de trois années, ces données étaient pratiquement inchangées et la plupart avaient exercé des activités hiérarchiques au sein du média, où ils avaient accompli des fonctions diverses, allant du reportage jusqu'aux postes d'*assistant managing editor* (Mogavero, 1982). Une autre étude étasunienne rassemblant des données sociologiques sur les médiateurs apporte des informations semblables. Au cours de leurs parcours professionnels, les médiateurs de presse avaient occupé plus de fonction de « journalistes assis » que de « journalistes debout ». En moyenne, ils avaient vingt années d'expérience dans la direction de tâches de mise en forme et dix années d'expérience dans le reportage (Ettema et Glasser, 1987).

Les compétences professionnelles demandées au médiateur de presse font ressortir que seuls les journalistes possèdent les habilités techniques pour évaluer la justesse et la qualité des pratiques professionnelles des journalistes, leurs confrères. Il s'agit d'un acte de manifestation de la compétence professionnelle des journalistes dans le cadre de l'expertise de travail du groupe professionnel. En l'occurrence, il s'agit d'une manière de « donner à voir » la compétence professionnelle, qui consiste à « définir et [à] maintenir une coupure entre ceux qui ont la compétence de ceux qui ne l'ont pas » (Trépos, 1992, p. 41). En choisissant préférentiellement un journaliste pour occuper la fonction de médiateur, les entreprises de presse misent sur la compétence professionnelle des journalistes, qui seraient les seuls aptes à juger et à comprendre les contraintes de l'univers journalistique. Le médiateur analyse les

¹⁸ « Typically have deep experience in journalism » (ONO, 1999).

plaintes et les réclamations des lecteurs et, selon le cas, produisent à leur initiative, une critique du traitement de l'information selon des « critères journalistiques ».

Dans les documents produits par les médiateurs de presse et les agents professionnels, les aptitudes professionnelles nécessaires pour occuper la fonction incluent une profonde connaissance de l'espace journalistique, en général, et du média qui l'engage, en particulier, le passage par les divers postes dans le média, la connaissance du public auquel s'adresse le média et la capacité à négocier. La liste établie par A. C. Nauman prévoit la profonde connaissance du processus journalistique et de la communauté, la capacité d'écoute et de diplomatie et une endurance aux rigueurs psychologiques de la fonction. En plus, A. C. Nauman met en regard les tâches accomplies par le médiateur de presse et le fait d'être un bon journaliste :

« Le médiateur fait ce que les bons journalistes ont toujours fait: il examine énergiquement les puissantes institutions publiques [...]. [Le médiateur] a besoin de ces traits principaux : premièrement, une profonde compréhension du processus journalistique. Il ou elle devrait être reporter ou un rédacteur en chef expérimenté [...]. Deuxièmement, une profonde compréhension de la communauté à laquelle le journal sert ; sa démographie, son histoire, sa géographie. Troisièmement, un intérêt authentique pour les personnes – la capacité de les écouter sans élever immédiatement de murs défensifs. [...] Finalement, le médiateur de succès a besoin d'une peau dure, et une force de caractère et de décision pour résister aux rigueurs psychologiques de cette 'solitude' qui arrive à chaque ombudsman¹⁹ ».

Dans cette construction sociale des savoirs et de compétences effectuée par le groupe lui-même, on valorise la formation autodidacte pour exercer la fonction de médiateur, l'expérience individuelle et l'apprentissage sur le tas. En l'espèce, la liste dressée par A. C. Nauman correspond aux parcours professionnels des adhérents de l'ONO, notamment ceux provenant de la presse quotidienne régionale étasunienne, qui représente une bonne partie des membres de l'association. En plus, par le clivage entre journalistes « assis » ou « *processors* » et journalistes « debout » ou « *gatherers* » (Mathien, 1992 et Tunstall, 1971), on constate que le médiateur de presse était, avant d'assumer cette fonction, majoritairement un journaliste

¹⁹ « The ombudsman does what good journalists always have done: aggressively examines powerful public institutions [...]. [The ombudsman] needs these principal traits: First, a deep understanding of the journalistic process. He or she should be a veteran reporter or editor. [...] Second, a deep understanding of the community the paper serves; its demographics, its history, its geography. Third, a genuine interest in people – the ability to listen to them without instantly raising defensive walls. [...] Finally, the successful ombudsman needs a tough outer skin, and a strength of character and resolve to withstand the psychological rigors of that 'aleness' that comes to every ombudsman » (Nauman, 1994).

'assis' et que, tout en ayant un séjour dans le reportage, il a dans la majorité des cas occupé un poste directionnel dans la rédaction. À quelques détails près, ce profil de compétences est le même diffusé par le médiateur du *Monde* et l'ombudsman du *Folha de S. Paulo*. Dans les modèles adaptés par ces deux quotidiens, en plus d'avoir appartenu à leurs rédactions pendant des années, les médiateurs ont assumé des fonctions de direction, ont démontré des affinités et de concordance avec le projet éditorial du titre et, dans certains cas, ont participé à l'élaboration de l'ouvrage contenant les normes éditoriales et déontologiques et accueilli le projet éditorial du quotidien²⁰.

Même si les médiateurs de presse affirment que n'importe qui peut occuper la fonction, le profil tracé conforte le groupe professionnel des journalistes. En réalité, il ne suffit pas d'être journaliste, il est nécessaire d'avoir une large connaissance du fonctionnement interne de l'entreprise de presse. Comme dans le propos de R. Solé cité ci-dessus, l'avantage du médiateur *insider*, est le savoir du fonctionnement du média. Un savoir qui s'acquiert notamment à travers l'exercice de tâches de mise en forme, qui englobe jusqu'à la connaissance des contraintes industrielles. Le profil du médiateur dessiné par R. Lo Prete, l'ombudsman du *Folha de S. Paulo*, prend en compte la compétence technique : « indépendamment de la formation professionnelle, s'il est un journaliste ou s'il est un avocat, il est important qu'il connaisse bien la publication [...] qu'il sache comment les choses fonctionnent, ceci dès les limites d'ordre industriel [...]. Et que [cette personne] soit attentive aux questions journalistiques de neutralité, d'équilibre, de la correction des informations²¹ ».

Au *Monde* et au *Folha de S. Paulo*, la direction de ces entreprises a choisi de nommer des médiateurs qui avaient fait leur carrière dans leurs rédactions. Néanmoins, tandis que *Le Monde* a préféré des professionnels en fin de parcours professionnel, le *Folha de S. Paulo* a choisi, à l'instar du quotidien espagnol *El País*, des journalistes dans la trentaine²². Même si les ombudsmans du *Folha de S. Paulo* affirment qu'ils sont arrivés à la fonction par hasard,

²⁰ Il s'agit de M. Leite et M. V. Santos, au *Folha de S. Paulo* et de T. Ferenczi, au *Monde*. L'élaboration du livre de style du *Monde* était une des attributions de Ferenczi au moment de sa désignation en tant que médiateur du *Monde*, en septembre 1996. Pourtant au début 2000, cet ouvrage n'avait pas encore été publié.

²¹ « Independente da formação profissional, se ele um jornalista ou se ele é um advogado, é importante que ele conheça bem a publicação [...] é importante que ele saiba como as coisas funcionam, desde as limitações de ordem industriais [...]ela esteja atenta a questão jornalísticas de isenção, de equilíbrio, de [...] correção do noticiário » R. Lo Prete (entretien le 02/09/1999).

²² D'autres médias, comme le *Washington Post* et le *Diario de Noticias*, quotidien portugais, ont préféré alterner les médiateurs ayant fréquentés leurs rédactions, avec les personnalités sans liaison avec le journal. Cela dans le but d'accroître l'indépendance de critique à l'égard de la rédaction. *Le Monde* et le *Folha de S. Paulo* ont déjà montré leurs dispositions de faire appel à une personne de l'extérieur de l'entreprise, mais, jusqu'à ce moment, tous les médiateurs travaillaient aux rédactions lorsqu'ils ont été nommés à cette fonction.

qu'ils n'ont pas postulé à la fonction, leurs parcours professionnels ont à certains égards plusieurs similitudes. Ce sont des journalistes qui ont rapidement laissé des fonctions de collecte et d'écriture de textes journalistiques, c'est-à-dire le reportage et ont pris des attributions de traitement rédactionnel, sauf de rapides incursions à l'étranger²³. Une nouvelle manière d'augmenter la visibilité de la fonction de médiateur de presse était la légitimité de ces anciens titulaires et que, après avoir laissé les fonctions de médiateur ils se sont dédiés à l'enseignement de journaliste et/ou sont retournés aux rédactions. Pendant quelques années R. P. Cunningham, ancien directeur associé du *National News Council*, a tenu une chronique au magazine *Quill*²⁴. R. P. Cunningham a aussi enseigné l'éthique professionnelle à l'Université de New York. Il a été le premier médiateur du *Minneapolis Tribune*, fonction exercée pendant huit années. Au *Washington Post*, E. R. Shipp, l'un des lauréats du Pulitzer et enseignant à l'école de Journalisme de Columbia, a été remplacé au poste d'ombudsman, en novembre 2000, par M. Getler. Après avoir travaillé au *Post* pendant vingt-six ans, M. Getler a rempli les fonctions d'*executive editor* de l'*International Herald Tribune*, à Paris, de 1996 à 2000.

4.3 Les attributions et les activités du médiateur

La représentation paradigmatique de la fonction de médiateur sédimentée aux Etats-Unis repose sur ce que certains médiateurs qualifient de « modèle de base²⁵ », dont les activités professionnelles comprennent : « 1) représenter le lecteur dans la rédaction, 2) élaborer des critiques internes au journal ; 3) écrire une chronique hebdomadaire ayant une relation avec la critique des médias (ou le traitement de l'information)²⁶. De fait, ces activités professionnelles ne sont pas communes à tous les médiateurs et ce modèle de base permet plusieurs agencements des activités professionnelles du médiateur, à tel point que les agents professionnels mettent en scène la fluidité des manières de faire de la médiation de presse, comme nous avons remarqué au chapitre 5. En l'occurrence, une partie des attributions et des

²³ La période passée à l'étranger en tant que correspondant, qui implique le retour au reportage, peut aussi être comprise comme une prime.

²⁴ Périodique étasunien spécialisé en journalisme.

²⁵ « Modelo básico » (Xavier, 1997).

²⁶ « 1) representar o leitor na Redação ; 2) elaborar críticas internas ao jornal ; 3) escrever uma coluna semanal relacionada crítica de mídia (ou ao noticiário) » (Xavier, 1997).

activités professionnelles accomplies par les médiateurs de presse est différente dans chaque média. Cette fluidité peut être occasionnée par la personnalité du titulaire de la fonction, par la structuration de la fonction conçue par chaque média, ou par des inflexions de la pratique.

Dans les écrits concernant cette fonction, les médiateurs de presse font correspondre cette diversité tantôt à la personnalité du titulaire, tantôt aux dispositifs agencés par les médias. L'action personnelle du médiateur de presse dans l'exercice de ces activités, la manière mouvante de pratiquer n'est évidemment pas illimitée et les caractéristiques données par l'occupant sont subordonnées aux caractéristiques déterminées par l'entreprise de presse. Au chapitre antérieur, nous avons exposé les modalités d'accomplissement de la médiation de presse proposées dans la brochure de l'ONO. En effet, l'ancien secrétaire général de l'ONO, A. C. Nauman présente les diverses manières de faire de la médiation : « Ces hommes et femmes ne font évidemment pas tout le travail à l'identique. Quelques-uns ont plus d'indépendance que d'autres. [...] Quelques-uns écrivent des colonnes régulièrement, quelques-uns seulement parfois ou pas de tout. Quelques-uns [...] sont restés dans le contrat de base. La plupart est sur la feuille de paie régulière du journal. Aucun n'a l'autorité d'embaucher ou de licencier d'autres journalistes. Quelques-uns ont l'autorité pour ordonner la publication de corrections. Quelques-uns participent en tant qu'observateurs des conférences de rédaction quotidiennes. Tous fournissent des critiques internes à leurs *editors* d'une forme ou d'une autre²⁷ ».

Comme nous avons déjà observé, les attributions unanimement adoptées par les programmes de médiation de presse sont la réception, la vérification et la réponse aux plaintes des lecteurs. Au-delà de cette attribution, on trouve diverses manières de faire de la médiation de presse, qui se manifestent par différents procédés et des méthodes distinctes quand il s'agit de traiter la réclamation du lecteur. La publication de chroniques n'est pas une règle incontournable. Ainsi, le médiateur peut être dispensé de la publication d'une chronique, régulière ou non, dans les pages du journal ou de la présentation d'une émission de radio ou de télévision sur le média audiovisuel qui l'avait engagé. Il peut, à l'instar de R. Solé, donner à ses chroniques une périodicité irrégulière si le média y consent. De cette façon, selon le média, au lieu d'une critique interne systématique de chaque édition du média, le médiateur

²⁷ « These men and women, of course, do not all work alike. Some have more independence than others. [...] Some write columns regularly, some only occasionally or not at all. Some [...] are retained on a contract basis. Most are on the newspaper's regular payroll. None has authority to hire or fire other journalists. Some have authority to order corrections to be published. Some participate as observers in the daily news planning meetings. All provide their editors with internal critiques in one form or another » (Nauman, 1994).

peut produire des notes pour commenter l'angle du traitement de l'actualité, l'aspect particulier d'un événement ; certains médiateurs mènent des études du profil du public et participent de la réalisation d'enquêtes et de sondages avec le lectorat. Ils participent de séminaires, de congrès et d'échanges avec des secteurs organisés de la communauté. La diversité de manières d'exercer la fonction peut inclure la séparation des attributions du médiateur. Au quotidien vénézuélien *El Nacional*, le médiateur publie deux chroniques hebdomadaires, l'une est consacrée à « stimuler et promouvoir la participation des lecteurs dans ses différentes facettes comme citoyens » et l'autre se destine à traiter de « cas de défense du droit à la qualité et l'équilibre du quotidien »²⁸. En l'occurrence, toutes les mesures prises – contrat de travail, engagement de personnes provenant de l'extérieur de l'entreprise de presse, emplacement de bureaux, chronique sans imprimatur – ont pour ambition d'assurer l'autonomie professionnelle des médiateurs de presse et de faire preuve du sérieux accordé à cette fonction.

4.3.1 Chroniques sans contrainte

Dans les écrits d'observateurs extérieurs, la publication d'une chronique est, à l'instar de D. Mogavero, tenue pour « la représentation symbolique de [l']engagement avec le lecteur²⁹ ». Et le traitement éditorial de la chronique du médiateur de presse mène à plusieurs positionnement des acteurs. D'autres dispositifs d'autonomie – comme la définition d'un 'mandat', la stabilité professionnelle – visent à donner au médiateur la latitude de l'action pour établir, sans contraintes, ses appréciations et, au cas échéant, publier dans sa chronique. D'une manière générale, pour assurer une autonomie totale à l'écriture de la chronique du médiateur, l'une des mesures adoptées par certains médias est de ne soumettre ce texte à aucune révision, à l'exception de corrections orthographiques et stylistiques, et ne pas réclamer l'autorisation d'un supérieur avant d'envoyer la chronique pour impression. Suivant cette orientation, les chroniques du médiateur ne devraient pas subir un quelconque type de censure, d'ingérence ou d'adéquation éditoriale et, différemment des textes produits par les autres services de la rédaction, le sujet des chroniques du médiateur de presse ne serait ordinairement pas défini par la hiérarchie et ne serait pas soumis aux contraintes de

²⁸ In : E. Santana, « La página de los lectores, la nueva etapa », *El Nacional*, 20/04/1999.

²⁹ « A symbolic representation of this commitment to the reader » (Mogavero, 1982, p. 550).

l'agenda³⁰. Ainsi, les décisions sur ce qui doit être publié et sur les sujets à traiter n'appartiendraient qu'au médiateur. Bien que les médiateurs de presse réaffirment leur autonomie à produire une appréciation du traitement de l'information, les observateurs situent les dangers personnels encourus par les titulaires de la fonction et affirment que la publication d'une critique veut dire que les médiateurs « risquent l'hostilité de leurs pairs – et souvent leurs patrons³¹ ».

4.3.2 Dispositions servant à contraindre la chronique

On constate toutefois, d'un côté, que les prérogatives de ne pas soumettre ses copies au traitement éditorial rencontrent d'autres dispositifs qui l'affaiblissent, et, d'un autre côté, plusieurs médias appliquent des dispositions adverses. En l'occurrence, les appréciations exprimées dans les chroniques ou dans les autres documents – comme les critiques internes distribuées dans la rédaction, les rapports d'activités remis à la direction et les bilans annuels publics – n'ont aucun caractère disciplinaire. Le médiateur de presse reste une instance consultative. Au demeurant, plusieurs restrictions à la chronique du médiateur sont insérées dans les dispositions statutaires relatives à la fonction. Dès l'introduction de l'attribution de produire une chronique régulière, on a songé à des types de restrictions à l'écriture de la chronique du médiateur. De fait, au *Washington Post*, le média qui a implanté la publication de chroniques, dans les mémos échangés avant la création de la fonction, il a été prévu que le journal pourrait refuser la publication d'une chronique venant du médiateur, à condition de publier une explication de la direction et une notice du propre médiateur en racontant les événements, comme ont été prévues des limitations thématiques, comme ne pas parler sur les autres médias et ne pas écrire sur les membres de la rédaction, sauf nécessité d'identifier l'auteur de l'article mis en cause (Foisie, 1969).

³⁰ Rappelons que les choix rédactionnels sont fortement délimités par « l'agenda [qui] dicte, le plus souvent, l'identité des personnes à solliciter, la nature des questions » (Neveu, 1993, p. 17)

³¹ « Risk the hostility of their peers - and often their bosses » (Moses, 2000).

4.3.3 Dispositifs statutaires

L'âge, le parcours professionnel, le groupe professionnel auquel est attaché le médiateur de presse sont certains éléments qui entrent dans les dispositifs de garantie de l'autonomie de la médiation de presse. L'institution des dispositions statutaires qui fixent la latitude d'action est également intégrée à l'argumentaire de la médiation de presse, de sorte que les agents professionnels manifestent la préoccupation de garantir l'autonomie des titulaires de la fonction. Ainsi, la seule nomination du médiateur n'est pas caution du sérieux des intentions du média d'information. En fait, les agents professionnels soutiennent que le médiateur de presse ne peut pas simplement être une instance de réception des réclamations de lecteurs, puisque « quelques rédacteurs en chef peuvent embaucher un médiateur, alors qu'ils affaibliront son champ d'action³² » (Bailey, 1990) risque contre lequel alertent les défenseurs de la médiation de presse. C. Bailey (1990) met en avant la nécessité de la direction du média qui nomme un médiateur de donner de preuves concrètes de son engagement. Le médiateur aurait alors comme condition, en plus d'écouter les lecteurs, de participer à la régulation des pratiques professionnelles et au développement de la qualité du média. A l'opposé, selon les agents professionnels, on risquerait avoir seulement un semblant, un fantôme de médiateur. En effet, les entreprises de presse ont mis en place des mécanismes pour signifier l'autonomie et la latitude d'action des médiateurs de presse. Ces mécanismes statutaires ou non, sont mis en circulation par l'ONO et les défenseurs de la médiation de presse.

4.3.3.1 Contrat de travail

A l'exception de la Suède où le médiateur de presse est institutionnalisé, cette fonction et ses mécanismes d'autonomie n'ont aucune reconnaissance juridique dérogatoire, si bien que les dispositions qui épaulent son autonomie à l'égard de la direction de l'entreprise restent limités à un contrat de travail spécifique, au statut du médiateur de chaque média ou à des mesures non réglementées. Normalement, en se dotant d'un médiateur, les entreprises de presse établissent un « statut du médiateur » ou élaborent un « cahier de charges » sur lesquels seront définies les attributions et les prérogatives. Les règles du statut posent ordinairement le

³² « Some editors will hire an ombudsman but then undercut him in actual practice » (Bailey, 1990).

mode de désignation, la stabilité professionnelle en fin de 'mandat', la durée et le caractère renouvelable ou non du 'mandat', les modalités de contrôle sur la fonction et les moyens financiers et logistiques, mais aussi sur les procédures de prise de contact avec la rédaction, les délais de réponse, les conditions d'inclusion du nom des journalistes dans les chroniques externes. En 1979, parmi dix-sept médiateurs de presse qui ont répondu à une enquête, deux étaient « couverts par un contrat³³ ».

Quant aux modalités de normalisation de la fonction de médiation de presse, plusieurs cas de figure sont possibles : de même que l'engagement d'un médiateur extérieur au média peut donner lieu à la signature d'un contrat de travail, de même la nomination d'un journaliste appartenant à la rédaction peut occasionner le changement du contrat de travail. Dans certains cas, la désignation en tant que médiateur d'un journaliste de la maison n'est pas suivi de la modification du contrat de travail, mais de la mise en place d'un statut ou d'un cahier des charges qui circonscrit son champ d'action tout en lui concédant quelques prérogatives.

4.3.3.2 Le 'mandat'

Dans les mécanismes d'autonomie professionnelle du médiateur envers la direction et la rédaction du média, il est assez courant d'établir des contrats de travail à durée déterminée non résiliables, dont le renouvellement n'est pas indéfiniment autorisé, avec l'adoption d'une période de stabilité professionnelle à la fin du contrat. Les contrats peuvent durer une année, renouvelable quelques fois. La durée de chaque contrat est usuellement dénommée 'mandat' du médiateur, une appellation utilisée par les propres médiateurs et qui a la faculté d'institutionnaliser cette activité professionnelle. Le terme 'mandat' désigne, selon le *Petit Robert* (1996) un « acte (contrat unilatéral) par lequel une personne (mandant) donne à une autre (mandataire) le pouvoir de faire quelque chose pour elle et en son nom ». En dépit de la fixation de 'mandats' dans certains médias, le mouvement continu de création et de suppression du poste de médiateur fait état du manque de solidité de la fonction, ce qu'un statut spécifique du médiateur dans certaines entreprises de presse n'arrive pas à supplanter. Tout au plus, le contrat de travail peut garantir la conclusion du 'mandat' d'un médiateur. Il reste pourtant inefficace pour garantir la pérennité de la médiation de presse. Certes, certaines disparitions de la fonction ont été occasionnées par la faillite d'un journal ou la fusion de deux

³³ « Covered by a contract » (Kapoor et Smith, 1979, p. 629).

titres possédant chacun un ombudsman. Il existe néanmoins des exemples de postes d'ombudsman qui ont été supprimés par la direction du média, suite à des accrochages entre le médiateur et la direction sans attendre l'échéance de 'mandat' de son titulaire³⁴. Tout en honorant le contrat de travail d'un médiateur, les entreprises de presse peuvent au terme d'un 'mandat' interrompre la continuité de la fonction, au lieu de nommer un autre médiateur³⁵ et cela en respectant les dispositifs de la fonction.

4.3.3.3 La durée du 'mandat'

Le débat du 'mandat' bifurque sur sa durée. Les uns soutiennent une durée courte et définie préalablement, ce qui conduirait au renouvellement continu des titulaires de la fonction. Les raisons de la délimitation de la permanence dans la titularisation de la fonction sont une réponse aux critiques de la fonction qui pourrait devenir un pouvoir dans le média et, au pire, produire un ensemble de normes et d'arbitrages qui pourraient s'apparenter à un code déontologique et faire du médiateur une autorité dans la rédaction. Ce médiateur doit rester, pour ceux qui ont préféré cette version, un dispositif faible de déontologie professionnelle. Il ne doit jamais avoir un caractère normatif de la discipline professionnelle. Un 'mandat' court et, par conséquent, la rotation des titulaires du poste « peut éviter que les découvertes du médiateur se développent dans un corps de pensée et de précédents consistant, ce qui pourrait former la base d'un code d'éthique détaillé³⁶ », selon le spécialiste étasunien de déontologie journalistique, P. Meyer.

En outre, ceux qui ont adopté le 'mandat' considèrent que la longue permanence dans la fonction de médiateur peut conduire à la banalisation des critiques et à la répétition des justifications aux fautes de la rédaction. Avec le temps, le médiateur tendrait à perdre de l'ardeur aussi bien dans la représentation des lecteurs que dans la critique de la rédaction. La limitation de la durée du 'mandat' du médiateur de presse a commencé au *Washington Post*, où les *ombudsmen* ont un 'mandat' de deux ans, pouvant être allongé à la troisième année. J. Byrd, ombudsman du *Washington Post* explique les raisons de la délimitation du 'mandat' :

³⁴ Mckenna (1993) relate qu'en 1992, dans la presse étasunienne, ont été unilatéralement supprimés, dans le courant du mandat, deux postes de médiateur de presse.

³⁵ Comme a été le cas à l'*AN Capital*, quotidien régional brésilien.

³⁶ « Pode evitar que as descobertas do *ombudsman* se desenvolvam num corpo consistente de pensamento e precedentes, que poderia formar a base de um código de ética detalhado » (Meyer, 1986, p. 246).

« Nulle part l'indépendance est plus précieuse que quand le médiateur agit comme un critique interne. Et la fonction de médiateur du Washington Post est le modèle d'indépendance. Je ne suis pas une employée, mais je fais une prestation de services avec un contrat de deux années comme un agent indépendant. Mon contrat peut être renouvelé au maximum pour deux années de plus. [...] Quand je laisserai le travail du médiateur, je ne pourrai plus encore travailler à la Washington Post Co. Le but de cela est que je ne serai pas incitée à faire des éloges au *Post* dans l'espoir d'obtenir une place parmi le personnel du journal quand j'aurai fini³⁷ ».

Au *Diário de Notícias*, le 'mandat' du médiateur s'interrompt à l'échéance du contrat de travail du médiateur, qui dure trois années, à la demande du propre médiateur et lorsque les fonctions du médiateur ne sont pas remplies pendant plus de deux mois par an. Au *Folha de S. Paulo*, l'*ombudsman* avait un 'mandat' d'un an, renouvelable pour un an, et chaque médiateur pourrait demeurer au maximum deux ans d'affilée. À partir de janvier 1998, un changement du statut de l'*ombudsman* du *Folha* fixe des 'mandats' annuels, renouvelables, au maximum, deux fois. Au *Monde*, en l'absence de normalisation de la fonction de médiateur, il n'y a pas de délimitation de 'mandat'. Les deux premiers sont restés dans la fonction pendant deux années, durée a priori de la fonction. Toutefois, la durée de la permanence de chaque médiateur est flexible et peut être réduite ou rallongée et aucune sanction n'est prévue dans ce cas. R. Solé, le troisième médiateur du *Monde*, a pourtant débuté en septembre 2000, sa troisième année en tant que médiateur.

À l'opposé, certains médias ont préféré ne pas adopter de 'mandat' de médiateur. Et une personne peut exercer d'affilée la fonction pendant des années, même une dizaine années, comme c'est le cas de J. V. R. Bull, *assistant to the editor* du *Philadelphia Inquirer*³⁸, J. P. Brown, ancien *ombudsman* de l'*Edmonton Journal* et Art Nauman, ancien *ombudsman* du *Sacramento Bee*. En 1996, parmi les vingt-huit médiateurs de presse qui ont répondu à l'enquête de l'ONO, six étaient titulaires du poste depuis moins de deux ans ; treize avaient de deux à cinq ans d'expérience en tant que médiateur, cinq comptait de cinq à dix ans d'expérience de médiation de presse et trois étaient médiateurs depuis plus de dix années.

³⁷ « Nowhere is independence more valuable than when the ombudsman is acting as the internal critic. And The Washington Post ombudsman position is the model of independence. I am not an employee, but serve a two-year contract as an independent agent. My contract can be renewed for a maximum of two more years. [...] When I leave the ombudsman job, I cannot ever work for The Washington Post Co. again. The purpose of that is that I will not be inclined to praise The Post in hopes of getting a staff job with the paper when I'm finished » (Byrd, 1994).

³⁸ Au début 2000, J. V. R. Bull était médiateur de presse depuis seize années (Moses, 2000).

4.3.4 La procédure de l'enquête

Parmi les programmes de médiation de presse qui prennent en compte des statuts codifiés, ces dispositions statutaires comportent ordinairement des clauses établissant les conditions à remplir avant de conclure l'enquête, c'est-à-dire de rendre l'appréciation des pratiques professionnelles qui aboutira à l'envoi d'une réponse au lecteur et/ou à la publication des résultats dans la chronique du médiateur. Ces dispositions renferment des règles sur la prise de contact avec les membres de l'entreprise de presse – les journalistes, la rédaction, la direction, l'administration, etc. – pour demander des éclaircissements, des compléments d'information, des renseignements, sur les délais de réponse et sur les conditions à être remplis avant de prononcer et transmettre les appréciations. Au *Diário de Notícias*, le *provedor* peut demander aux journalistes, à l'administration, à la direction, aux rédacteurs en chef et au conseil de rédaction de justifier des pratiques professionnelles, dont la réponse doit lui parvenir en soixante-douze heures. En compensation, les appréciations du *provedor* sur des textes signés par de journalistes « doivent être précédées d'éclaircissement préalable de l'auteur respectif ou, dans l'absence de celui-ci, du rédacteur en chef du service³⁹ ».

Au *Público*, le *provedor* est « obligé d'écouter les journalistes responsables [...] et de divulguer les opinions récoltées⁴⁰ ». À France Télévision, le médiateur doit également consulter les journalistes concernés avant de « [former] son opinion⁴¹ ». Au *Folha de S. Paulo*, les dispositions publiées au pied de chaque chronique de l'*ombudsman* se bornent aux mesures relatives au 'mandat' et ne possèdent pas de règles sur la consultation des membres de l'entreprise de presse. D'autres textes émanant du quotidien établissent des règles sur le sujet. À l'entrée d'un *ombudsman*, le *Novo Manual da Redação*, du *Folha de S. Paulo* réglementent la position des journalistes face aux questions posées par l'*ombudsman*, en recommandant qu'« il est facultatif à tous les journalistes du *Folha* de répondre aux observations faites par l'*ombudsman* tant dans la critique interne que dans la chronique hebdomadaire. C'est la direction de rédaction qui centralise la démarche de ces cas et les

³⁹ « Devem ser precedidas de esclarecimento prévio do respectivo autor ou, na ausência deste, do editor da secção » (Estatuto do provedor do *Diário de Notícias*).

⁴⁰ « Provedor é obrigado a ouvir o(s) jornalista(s) responsáveis por estas e a divulgar as opiniões recolhidas » (Estatuto do provedor do *Público*).

⁴¹ « Lettre de mission de Geneviève Guichenev », France Télévision.

arbitre⁴² ». En plus de ramener tous les contacts entre l'*ombudsman* et la rédaction vers la direction de rédaction, par lesquels ils doivent obligatoirement passer, le *Novo Manual da Redação* ne contient pas de dispositions sur la nécessité d'interroger les personnes concernées préalablement à l'émission d'une appréciation ni sur les délais que la rédaction doit respecter dans les retransmissions de réponses à l'*ombudsman*.

D'ailleurs, il est remarquable que la direction de rédaction ait le pouvoir de ménager et de clore les échanges entre les journalistes. Dans les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*, on constate que les titulaires de la fonction ne respectent pas souvent la procédure qui consiste à consulter les personnes concernées – soit sur le traitement de l'information, soit sur des fautes grammaticales ou de style, soit sur les opérations industrielles et de diffusion – avant de publier une appréciation, aussi bien favorable que critique. De fait, suite à une escarmouche entre l'*ombudsman* C. T. Costa et le chroniqueur P. Francis, survenue dans la première année de la fonction, la direction du *Folha de S. Paulo* a fixé des règles non écrites interdisant à l'*ombudsman* de publier des appréciations sur les opinions émises dans les textes chroniqueurs.

Différemment, le médiateur du *Monde* apporte dans la plupart des cas le point de vue des personnes concernées, soit-il de manière implicite ou explicite. Du reste, au *Monde*, les rapports entre le médiateur et la rédaction n'ont pas encore donné suite à l'élaboration d'aucunes règles écrites qui délimitent le champ d'action, établisse les droits, devoirs et prérogatives du médiateur et limitent la durée du 'mandat' du titulaire de la fonction.

4.3.4.1 L'enquête autonome

Tous les médiateurs reçoivent d'ordinaire des plaintes de lecteurs sur le traitement de l'information pour laquelle il a l'attribution de faire une enquête et de transmettre son résultat au lecteur. D'autres médiateurs ont cette attribution amplifiée. En plus des réclamations des lecteurs, ils ont la faculté d'apprécier les éditions du quotidien et, le cas échéant, de procéder à des enquêtes. La faculté d'apprécier et d'émettre des opinions, sans obligatoirement avoir été saisi par le lecteur est, selon une catégorisation élaborée par les médiateurs de presse eux-

⁴² « É facultado a todos os jornalistas da *Folha* responder às observações feitas pelo ombudsman tanto na crítica interna quanto na coluna semanal. Quem centraliza o trâmite desses casos e os arbitra é a Direção de Redação » (*Novo Manual da Folha*, 1992).

mêmes, un dispositif qui caractérise les médiateurs ayant plus d'autonomie (Mesquita, 1998a).

L'élaboration journalistique d'une critique interne et l'émission, à l'occasion, d'appréciations à propos du journal est l'une des caractéristiques de la faculté de s'autosaisir pour apprécier et émettre des opinions sur le traitement de l'information. S'autosaisir (Le Clainche, 1992, p. 564) veut dire, dans le cas des médiateurs de presse, faire des enquêtes pour lui-même et de critiquer pour lui-même, sans avoir l'exigence de ne pouvoir enquêter qu'à propos des manifestations des lecteurs, autant en ce qui concerne la critique interne, que la critique externe. Le statut du *provedor* du *Público* explique cette attribution comme une instance qui procède à une « réflexion critique » de la production journalistique ; une « réflexion critique [qui] n'est pas seulement exercée en réponse à l'initiative des lecteurs, mais [qui] s'exprime dans les analyses et les recommandations transmises chaque fois que le *provedor* le juge nécessaire⁴³ », ainsi comme il appartient au *provedor* du *Diário de Notícias* de « procéder à la critique régulière du journal, [...] [et d']analyser et [de] critiquer des aspects du fonctionnement et du discours des médias qui puisse répercuter dans les relations avec les destinataires respectifs⁴⁴ ». Pourtant, dans tous les médias ayant recours au médiateur de presse, cette fonction ne devrait qu'avoir une « capacité consultative, et non pas disciplinaire⁴⁵ ». En l'occurrence, les textes statutaires du médiateur vont souvent mettre en évidence le caractère consultatif de la fonction, ainsi on peut lire dans le *Novo Manual da Folha* que « l'une des attributions de l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* est de faire une critique quotidienne du journal [...]. Néanmoins, [ses observations] n'ont pas un caractère délibératif, et il appartient à la direction de la rédaction de les suivre ou non⁴⁶ ».

Au lieu d'élaborer une critique régulière, certains médiateurs peuvent conduire des réflexions sur des thèmes récurrents dans les réclamations des lecteurs. En l'espèce, le médiateur de France Télévision ne peut intervenir qu'après être « saisi(e), par écrit » et en deuxième instance, lorsque la réponse du responsable du programme « ne satisfait pas le

⁴³ « Reflexão crítica não é exercida apenas como resposta à iniciativa dos leitores, antes se exprime em análises e recomendações transmitidas sempre que o Provedor o julgue necessário » (« Estatuto do provedor do *Público* », *Público*, 1996).

⁴⁴ « Proceder à crítica regular do jornal [...] [e] analisar e criticar aspectos do funcionamento e do discurso dos media que se possam repercutir nas relações com os respectivos destinatários » (Estatuto do provedor do *Diário de Notícias*).

⁴⁵ « Advisory capacity only, not as disciplinarians » (ONO, 1999).

⁴⁶ « Uma das atribuições do ombudsman é fazer uma crítica diária do jornal [...]. No entanto, [suas observações] não têm caráter deliberativo, cabendo à Direção de Redação acatá-las ou não » (*Novo Manual da Folha*, 1992).

réclamant⁴⁷ ». En contrepartie, il peut réfléchir sur des sujets récurrents. Sa délibération, une fois « validée par les responsables des chaînes », peut être insérée dans une charte de bonne conduite. Au reste, le médiateur de France Télévision établit un bilan annuel et public, où il peut rendre compte de ses appréciations.

4.4 L'emplacement des bureaux

Dans les caractérisations des phénomènes de médiation, le choix des lieux est présenté comme un élément conditionnant le résultat de la médiation. Les lieux utilisés pour mettre face-à-face les parties de la médiation auraient la propriété de « favoriser le respect des principes fondateurs de la médiation, comme le respect de la neutralité du lieu, de la confidentialité des discussions » (Bonafé-Schmitt, 1992, p. 297). Comme nous avons vu au chapitre XX, la médiation de presse est un phénomène qui à bien des égards se différencie de la médiation systématisée par J.-P. Bonafé-Schmitt, sans toutefois être un phénomène totalement distinct. En effet, en traitant de la médiation de presse, il n'est pas approprié de parler de « lieu de médiation », puisqu'il n'arrive qu'exceptionnellement qu'un face-à-face aie lieu entre le lecteur qui a formulé la réclamation, le médiateur et les journalistes mis en cause. Néanmoins, dans la médiation de presse, l'emplacement des bureaux du médiateur de presse joue un rôle, fut-il symbolique, prépondérant dans l'autonomie de la fonction. Les bureaux du médiateur sont généralement placés dans le même immeuble que la rédaction du média, mais à un autre étage. Pour entrer en contact avec le médiateur, les lecteurs lui font parvenir un courrier libellé à l'adresse de journal⁴⁸ ou lui écrivent un courrier électronique dont l'adresse fait partie du domaine du journal.

⁴⁷ La lettre de mission de G. Guichenev, médiatrice pour les programmes de France 2 et de France 3, est manifestement inspirée de statut du Médiateur de la République qui est également une deuxième instance et que publie un bilan annuel et public, son « arme de persuasion la plus redoutable est sans aucun doute [...] qui reprend un certain nombre de recommandation » (Bonafé-Schmitt, 1992, p. 220).

⁴⁸ Cela est la situation du *Monde* et du *Folha de S. Paulo*. Dans ces deux entreprises de presse, les bureaux du médiateur sont installés dans l'immeuble du siège du titre. La localisation des bureaux de l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* était originellement prévu à la proximité des locaux de la direction du titre, à côté des bureaux du directeur de la rédaction, des secrétaires de rédaction et d'autres membres de la hiérarchie. Les trois années qui ont séparé le projet de création du poste et la désignation du premier ombudsman ont entraîné le déménagement de la salle de l'ombudsman ; les bureaux de C. T. Costa étaient localisés dans un bâtiment voisin de la rédaction

Ce voisinage du médiateur n'est pas sans conséquences dans la légitimation de la fonction et ne favorise pas sa neutralité. Sur le plan symbolique, le cabinet de travail du médiateur contigu aux bureaux du management et de la rédaction du média renforce la dépendance à l'institution qui assure financièrement et matériellement l'entretien de la fonction. Ainsi, engagé et payé par l'entreprise, le médiateur de presse s'installe dans les locaux de l'entreprise. Pourtant, l'alternative rencontrée par d'autres médias a été de placer les bureaux du médiateur bien au centre de la rédaction. En l'espèce, on vise à prouver que le regard attentif du médiateur porte sur toute la rédaction. Dans la littérature sur la médiation de presse, on retrouve l'exemple de l'*ombudsman* du *Minneapolis Tribune* qui était placé au milieu de la rédaction où « tout le monde pourrait voir et savoir qu'il était là.⁴⁹ ». D'autres médiateurs travaillent chez eux, comme le *provedor do Público*. Ainsi, J. Fidalgo recevait les lettres des lecteurs dans une adresse à Porto, tandis que les bureaux du quotidien sont à Lisbonne.

Dans le déroulement de ce chapitre, nous avons pu observer que les mesures de l'autonomie professionnelle des médiateurs sont inégalement mises en place dans les médias. Aucune d'elles n'est unanimement adoptée et chaque mesure entraîne des arguments favorables et des arguments contraires.

du *Folha de S. Paulo*. Au début de 1994, le médiateur a déménagé à l'immeuble principal du *Folha de S. Paulo*, à quelques étages au-dessus de la rédaction.

⁴⁹ « Everyone could see and know he was there » (Bailey, rapporté par Jacoby, sans date).

5 L'argumentation de la médiation de presse

« Le médiateur a reçu pour mission de favoriser une meilleure compréhension entre les lecteurs et les rédacteurs du Monde¹ » ;

« Face aux pouvoirs établis, le journalisme se présente volontiers comme un contre-pouvoir. Devenu un pouvoir, ne doit-il pas être borné, lui aussi, par un contre-pouvoir ? C'est cette fonction que le médiateur, au Monde, tente partiellement de remplir² » ;

Le médiateur « s'exprimera chaque semaine pour traiter les questions que se posent les journalistes sur leur travail et, aussi, celles que leur renvoient les lecteurs³ ».

Tirant son origine d'une même instance collective d'énonciation – le quotidien *Le Monde* –, chacun de ces trois extraits de textes caractérisent diversement la fonction de médiateur. L'un traite le médiateur de presse en tant qu'outil de renforcement de la relation entre les médias et son audience. L'autre considère le médiateur comme un mécanisme de contrôle – déontologique – de la presse, une compensation pour son pouvoir et l'érige en contre-pouvoir. Dans le troisième volet, le médiateur de presse devient tour à tour l'intermédiaire des remises en cause des pratiques journalistiques proférées par les lecteurs et un dispositif de discussion endogène des journalistes.

¹ In : T. Ferenczi, « Fin de mandat », *Le Monde*, 27/07/1998.

² Page de présentation de la fonction de médiateur au site Internet du *Monde*.

³ In : « Le rendez-vous du médiateur », *Le Monde*, 02/04/1994.

Les agents professionnalistes promeuvent la médiation de presse à la fois comme un dispositif d'imputabilité et d'autorégulation du groupe professionnel des journalistes et un outil relationnel avec le public. Aux premiers textes étasuniens sur la médiation de presse, les préoccupations déontologiques et la recherche d'augmentation de la crédibilité des médias se relaient et forment le tandem de légitimation de la fonction du médiateur. En fait, au *Washington Post*, la médiation de presse a été pensée tantôt comme synonyme d'imputabilité et d'obligation de mettre en question les pratiques professionnelles, tantôt comme l'augmentation de la crédibilité proportionnée par le rapprochement entre le média et son audience. Dans les mémos échangés entre les membres de la direction du *Post*, on décèle ces principes de justification de la médiation de presse : « Le nom entier du jeu est crédibilité⁴ » et « notre motif fondamental est d'imposer à nous-mêmes une responsabilité cérémonieuse que la coutume et la Constitution nous ont niée.⁵ ». A l'instar du *Washington Post*, l'argumentation de la fonction de médiateur s'articule entre un registre civique – la responsabilité – et un registre d'opinion – la crédibilité – comme caution d'un registre marchand – augmentation de la vente.

Toutefois, les principes de légitimation de la médiation de presse ne se resserrent pas entre le civique, l'opinion et le marchand, entre l'imputabilité, la crédibilité et l'audience. D'autres principes composent la rhétorique de cette fonction, aussi bien aux Etats-Unis qu'ailleurs. Au *Folha de S. Paulo*, un titulaire de la médiation de presse a listé quatre missions envers le média. Leur accomplissement garantit la réussite de l'occupant de la fonction. Ainsi, dans son évaluation, la fortune du médiateur repose sur la satisfaction de « quatre engagements sacrés : augmenter la précision, la fiabilité et la responsabilité du journal, enchérir sa crédibilité, élever sa qualité et l'avertir des préoccupations de la communauté.⁶ ». Tout en demeurant dans le registre de la relation avec les lecteurs et de l'équilibre de pouvoirs, M. Mesquita a diversement classé les missions du médiateur de presse. Fondé sur sa propre expérience de *provedor dos leitores* du quotidien portugais *Diário de Notícias*, cet enseignant en journalisme discerne six « niveaux d'action » qui ne correspondent pas de manière rectiligne à des principes de légitimation. Selon M. Mesquita, le médiateur de presse « discute le journal dans ses propres pages, en prolongeant dans l'espace public le débat sur

⁴ « The entire name of the game is credibility » (Foisie, 1969a).

⁵ « Our primary motive is to impose upon ourselves a formal accountability that custom and the Constitution has denied us » (Foisie, 1969b).

⁶ « Quatro compromissos sagrados : aumentar a precisão, confiabilidade e responsabilidade do jornal ; sua credibilidade ; elevar sua qualidade e alertá-lo para as preocupações da comunidade ». In : M. V. Santos, « Manifesto de um novo ombudsman », *Folha de S. Paulo*, 29/09/1991.

les décisions éditoriales qui ne dépassent traditionnellement pas le conclave secret des rédactions (fonction *critique* et *symbolique*) ; établit un pont avec les lecteurs, en recevant les réclamations et en répondant aux critiques (fonction *mediatrice*), promeut la rectification des articles traités de façon fautive, inexacte et incomplète, en mobilisant, si nécessaire, l'opinion des experts (fonction *corrective*) ; explique aux lecteurs les mécanismes de production journalistique dès la sélection de nouvelles jusqu'au rapport avec les 'sources' (fonction *pédagogique*) ; peut influencer, à travers sa critique, des (éventuels) comportements des rédacteurs en chef et de journalistes (fonction *dissuasive*) ; peut promouvoir le débat de sujets politiques, économiques et sociaux (fonction *civique*)⁷. Autrement dit, la médiation de presse s'articule, conformément à cette caractérisation, entre la relation entre le lectorat et le journal – un « pont » et un vulgarisateur des pratiques professionnelles et les responsabilités civiques et déontologiques (l'imputabilité, les rectifications des fautes, le possible changement de comportements, la promotion du débat).

Dans les définitions et les caractérisations de la fonction, ses propres agents attribuent à la médiation de presse « plusieurs facettes⁸ ». Il s'agit de compromis entre leurs divers principes de légitimation et de justification. Cela n'est pas tout à fait incohérent. En fait, pour constituer un compromis, il est possible de faire appel à des principes adverses. Selon L. Boltanski et L. Thévenot (1991), chaque principe de justification n'est pas accordé à un groupe, une personne, ou un objet, mais à une situation. Ainsi, la rhétorique de justification de la fonction de médiateur dépend de plusieurs « mondes ». L'emploi de plusieurs principes dans la même situation s'avère une conduite paradoxale, car « les principes doivent être ajustés aux situations et que, à défaut, la fixation sur l'un d'eux sans égard pour la situation sera considérée comme un signe d'anormalité voire de folie » (Boltanski et Thévenot, 1991, p. 74). Comme le montre J.-Y. Trépos, la « complexité des situations ne permet pas toujours de s'accorder facilement sur la nature de la situation » (Trépos, 1992, p. 20) et il est question de situations où les agencements de personnes ou de choses causent des difficultés et n'autorisent pas toujours à convenir de leurs natures. Formée par des dispositifs hétérogènes, la rhétorique

⁷ « Discute o jornal nas suas próprias páginas, prolongando no espaço público o debate sobre decisões editoriais que, tradicionalmente, não extravasavam do conclave secreto das redacções (função crítica e simbólica); estabelece uma ponte com os leitores, atendendo às reclamações e respondendo às críticas (função mediadora); promove a rectificação de matérias tratadas de forma inverídica, inexacta e incompleta, mobilizando, se necessário, a opinião de peritos (função correctiva); explica aos leitores os mecanismos de produção jornalística, desde a selecção de notícias à relação com as 'fontes' (função pedagógica); pode influenciar, através de sua crítica, (eventuais) comportamentos dos editores e jornalistas (função dissuasiva) ; pode promover o debate de temas políticos, económicos e sociais (função cívica) » (Mesquita, 1998a, p. 17).

⁸ In : R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

de la fonction de médiateur possède des objets concernant des mondes différents. La « formule de compromis » de la médiation de presse englobe alors plusieurs principes de légitimation. Rappelons que les professions sont une « formule de compromis entre des exigences différentes correspondant aux différents principes de justice » (Boltanski, 1990b, p. 2061).

La médiation de presse est un compromis entre la 'société de communication' et les obligations civiques, entre le lien domestique, la médiation de presse et le rapport marchand et la nécessité d'efficacité de l'entreprise de presse et des journalistes. Cela ne se fait pourtant pas sans frais ; les compromis entre plusieurs principes sont fragiles, voire insoutenables, de manière à ce que la rhétorique de légitimation de la médiation de presse reste vulnérable et toujours susceptible à des critiques et à des dénonciations fondées sur un principe différent. Par exemple, dans un compromis entre la logique civique et la logique d'opinion, le médiateur de presse serait la preuve de la volonté de transparence des médias, aussi bien dans les choix éditoriaux que dans les pratiques professionnelles, ce qui, dans leur rhétorique, ne pourrait que hausser la confiance du public envers le média. Ainsi, l'agencement de plusieurs principes de justification rend vulnérable la rhétorique professionnelle de la médiation de presse, ce qui la contraint à se justifier et à répondre aux dénonciations des sociologues, des spécialistes de déontologie professionnelle journalistique, de la direction de médias, des journalistes, des lecteurs, etc. De plus, la rhétorique professionnelle du médiateur de presse ne peut pas se disjoindre de celle des journalistes. Pour le moment, en regard du reste du groupe professionnel des journalistes, un médiateur peut partager avec un autre médiateur quelques valeurs, comme réclamer les mêmes compétences, déclarer une mission commune, élaborer une caractérisation particulière de « types de travail, de l'organisation du travail et des tâches prioritaires », utiliser une méthode de travail différenciée, tenir un type de relation avec le public interne et externe, se rassembler dans une association, ce qui constitue des caractéristiques des segments professionnels (Bucher et Strauss, 1992). Néanmoins, la spécificité de la médiation de presse n'a pas créé une nouvelle identité professionnelle.

Car, à bien des égards, le discours de légitimation de la fonction de médiateur de presse est celui qui émane du groupe professionnel des journalistes. Etre à la fois un bien de consommation et un bien symbolique ; cette spécificité de la presse a des conséquences sur le discours de justification de la profession journalistique et, par conséquent, sur l'argumentaire de la fonction de médiateur. On peut dire que « les conceptions libérales de la presse se cristallisent dans le principe de liberté des idées et de leur diffusion. La liberté du marché de

cette communication se confond avec l'objectif politique et journalistique de recherche et de révélation de la vérité » (Grevisse, 1998, p. 12), de façon à ce que le champ journalistique soit caractérisé par une double dépendance⁹. Qui plus est, aux dernières décennies, les principes de légitimation de la profession journalistique ont subi de considérables changements, qui ne se restreignent pas aux innovations technologiques mais qui ont entraîné aussi d'importantes restructurations dans les rédactions. Y. Lavoine (1991) discerne le mouvement de passage du modèle de l'information vers le modèle de la communication qui a modifié les conditions d'énonciation et la place du lecteur dans le discours professionnel : d'un journaliste sélectionneur des informations 'citoyennes', on passe à la participation citoyenne du lecteur. Dans un travail ultérieur, Y. Lavoine (1994) poursuit l'examen des « régimes de l'information » en les inscrivant dans autant de « rhétoriques professionnelles » de la profession journalistique.

A fort accent fonctionnaliste et s'ancrant dans une conception positiviste de la presse, les discours de justification et de légitimation de la médiation de presse déployés par les titulaires de la fonction, l'association professionnelle et la direction des entreprises de presse ayant fait appel à cette fonction mettent en avant la compétence professionnelle du médiateur de presse et le besoin d'en avoir un. Mais c'est dans une perspective constructiviste que nous allons chercher le processus de cristallisation de la rhétorique de légitimation des groupements professionnels en formation. Dès le début, les occupants de la fonction et les associations professionnelles s'efforcent de tenir et de cristalliser les rhétoriques du « besoin », de la « science » et du « monopole » qui légitiment la fonction. La cristallisation ne correspond pas au durcissement. Loin de là, elle ne signifie que l'amorce du processus de stabilisation de la rhétorique de légitimation. Ainsi, le discours de légitimation du groupe professionnel contemple plusieurs versants de la rhétorique professionnelle décrite par C. Paradeise (1985) et se place dans la lutte constante pour la reconnaissance et la définition du statut de la fonction.

⁹ En analysant, les représentations sociales de la profession journalistique, P. Champagne (1995) discerne une corrélation entre le malaise des médias et les contradictions et l'ambiguïté d'une catégorie professionnelle à structure duale. Autrement dit, le journalisme est une profession qui évolue entre deux principes de légitimation professionnelle, l'un intellectuel et l'autre économique et s'équilibre entre la logique politique et la logique économique. Le sociologue met en avant l'impossibilité de la grande presse d'information politique et générale de se conformer à de pures considérations intellectuelles dans la définition des contenus rédactionnels. Les contraintes politiques et les impératifs économiques et technologiques, variables selon les supports, pèsent sur la fabrication et la diffusion de l'information. En outre, le journalisme est une activité intellectuelle dont l'autonomie est relative. Différemment d'autres champs de production intellectuelle, manifestement mieux protégés des contraintes économiques et de l'urgence, le champ journalistique est soumis aux contradictions de la rentabilité en même temps il est censé prendre de positions politiques et faire un travail intellectuel.

Qui plus est, dans le cas de la médiation de presse, plus que défendre un groupement en train de se professionnaliser, la rhétorique professionnelle doit promouvoir et divulguer la fonction et aboutir à amplifier la quantité de ses titulaires. Au lieu d'être adopté et répandu, le concept de la médiation de presse ne rencontre pas de partisans dans la plupart des médias. Les agents professionnalistes et les titulaires de la fonction ne restent pas aveugles à la dissémination restreinte de la médiation de presse, au point qu'ils n'en disconviennent pas. Ainsi, R. Solé, médiateur du *Monde*, constate « ce paradoxe : alors que la médiation est à la mode dans tous les domaines (justice, travail, éducation), et que la médiation de presse elle-même intéresse un nombre croissant d'étudiants et de chercheurs, très peu de journaux, de radios ou de télévisions franchissent le pas ¹⁰ ». Les dénonciations et les justifications de la fonction de médiateur occuperont les analyses des observateurs et l'argumentation des promoteurs. Chez les détracteurs, deux arguments sont principalement mis en exergue : les contraintes financières de la fonction et les relations hiérarchiques au sein des médias. La petite quantité de retombées symboliques (augmentation de la crédibilité) et l'absence de résultats tangibles (diminution des fautes, croissance de la vente et fidélisation du lecteur) de la fonction s'ajoute aux premiers arguments.

5.1 La dimension civique

Dans sa dimension civique, le discours de justification de la médiation de presse se structure entre la prise en compte du public et la régulation des pratiques professionnelles, de manière à ce que certains observateurs mettent en cause le versant déontologique de la médiation de presse ou se rapportent davantage au traitement des « litiges entre journalistes et lecteurs » comme étant la « principale fonction » (Roman, 1992, p. 98). La représentation paradigmatique du médiateur de presse représente l'occupant de la fonction dans son rôle qui est d'enquêter sur les réclamations du traitement de l'information prononcées par les lecteurs, et quelquefois par les acteurs de l'actualité et par les sources d'information. La fonction de médiateur accepte divers agencements d'attributions, de façon à ce que les tâches citées ne

¹⁰ In : R. Solé, « Médiateurs de tous pays... », *Le Monde*, 04/06/2000.

soient pas observées par tous les médiateurs et ne soient données qu'à titre d'illustration. Par les conclusions de son enquête, par sa critique interne et par ses chroniques, le médiateur de presse serait en train de promouvoir la discussion et de participer à la régulation des pratiques professionnelles des journalistes. Ainsi, le médiateur de presse est envisagé et classé comme une instance d'autorégulation de la profession journalistique. Plusieurs recherches rapprochent l'autorégulation du groupe professionnel des journalistes à la notion de 'responsabilité sociale' de la presse et des journalistes. Cette mise en relation entre l'autorégulation, la responsabilité sociale et la médiation de presse confère à cette dernière une dimension civique. Et cela d'autant plus que la déontologie professionnelle est associée à l'accomplissement de l'intérêt public. Rappelons que certains chercheurs en l'éthique et en la déontologie journalistique¹¹ font remonter l'héritage de la responsabilité sociale à la Commission Hutchins et à la classification de quatre théories de la presse, mise en place par F. Siebert, T. Peterson et W. Schramm.

En plus de l'autorégulation déontologique objectivant l'intérêt public, le médiateur de presse signifierait l'aspiration du groupe professionnel à mettre les pratiques professionnelles à l'épreuve de la critique. Et aussi l'attestation tant des devoirs que des droits du groupe, de la prise en compte et du respect du pluralisme d'opinion. Dans leur rhétorique professionnelle, la désignation d'un médiateur est une manifestation de l'engagement d'un média d'information à rendre compte et à se responsabiliser de ses actions et de ses pratiques professionnelles (exemples 1, 2 et 3). Rendre compte de leurs actions, c'est aussi la monstration de la disposition de ne pas fuir le débat sur les pratiques professionnelles des journalistes (exemple 4) et même d'exposer ses fautes et ses faiblesses à la vindicte publique (exemple 5), à travers l'exposition et l'explication publique des pratiques professionnelles – de la production de l'information aux choix rédactionnels, en passant par la récolte de l'information sur le terrain et par sa mise en forme. L'autorégulation proportionnée par les médiateurs apparaît, dans le discours des agents professionnalistes, à peine en tant que réponse du groupe professionnel et des entreprises de presse au risque d'une hétérorégulation, d'une intervention régulatrice extérieure – légale, réglementaire ou juridictionnelle – de l'activité professionnelle¹². La rhétorique professionnelle du médiateur de presse met essentiellement en exergue l'initiative

¹¹ Voir Libois (1994), Bernier (1994), Balle (1996) et Cornu (1997).

¹² Pour la différenciation des notions d'autorégulation et d'hétérorégulation, voir Libois (1998).

d'implanter cette fonction, qui n'est pas le résultat d'une contrainte extérieure¹³. Ainsi, l'autodiscipline que signifie le médiateur de presse se ferait volontairement.

Les citations ci-dessous donnent des exemples de ces argumentations de la médiation de presse :

1. La chronique du médiateur « est devenue un moyen efficace par lequel les lecteurs peuvent tenir le [Sacramento] Bee responsable de ses actions et de son contenu¹⁴ » ;
2. « Au seuil de la septième année de l'expérience ombudsman, [...] il est facile d'apercevoir que l'obligation de rendre compte au public [...] est quelque chose enracinée au *Folha* depuis longtemps¹⁵ » ;
3. « Du haut de sa supposée 'indépendance', et s'étant appuyé sur le presque indestructible mythe de l' 'impartialité et neutralité', les médias finissent par agir comme une mégère impitoyable envers les Etats, les institutions, la communauté et les individus, et comme une dame condescendante envers soi-même¹⁶ » ;
4. « La fonction de l'ombudsman est de déranger la rédaction. Et cela dans le sens de faire sortir les journalistes de la commode situation dans laquelle plusieurs s'imaginent, cela afin de ne pas avoir à rendre compte à personne, même s'ils l'exigent de tous¹⁷ » ;
5. « Quelle est la loi immuable qui dit que les médias ont le droit de fureter chaque institution ou n'importe quel individu et qu'elle-même ne peut pas avoir ses entrailles et ses fautes exposées au débat public ? L'information exacte, claire, juste, équilibrée, y compris sur les médias, n'est pas un

¹³ Quand bien même la rhétorique dissocie l'implantation de la fonction de médiateur aux pressions externes, la littérature apporte d'exemples contraires. En l'espèce, lorsque la ministre de la culture et de la communication C. Trautmann sollicite aux chaînes de télévision publiques françaises d'instituer dans leurs rédactions la fonction de médiateur, c'est parce qu'elle « souhaite favoriser l'autodiscipline plutôt que renforcer l'arsenal législatif réglementant la liberté de la presse ». La nuance est que la demande de la ministre a le dessein de faire faire l'autorégulation, au lieu d'imposer une régulation extérieure. In : F. Amalou, « Mme Trautmann demande aux chaînes du service public de se doter de médiateurs », *Le Monde*, 22/11/1997.

¹⁴ « Has become an effective means by which readers can hold *The Bee* accountable for its actions and content » (Glaser, 1994).

¹⁵ « No limiar do sétimo ano da experiência ombudsman [...], é fácil perceber que a obrigação de prestar contas ao público [...] é algo há muito enraizado na *Folha* ». In : M. Leite, « Um ano desigual, mas combinado », *Folha de S. Paulo*, 01/10/1995.

¹⁶ « Do alto de sua suposta 'independência', e respaldada pelo quase indestrutível mito da 'isenção e neutralidade', a mídia termina por atuar, muitas vezes, como uma megera impiedosa para com Estados, instituições, comunidade e indivíduos, e como uma dama condescendente para consigo mesma » (Xavier, 1996).

¹⁷ « A função do ombudsman é incomodar a Redação. No sentido de tirar os jornalistas da situação cômoda em que muitos se imaginam, a de não ter de prestar contas a ninguém, mesmo exigindo-as de todos ». In : M. Leite, « A revolução de 1997 », *Folha de S. Paulo*, 29/12/1996.

privilège de la société. C'est la condition essentielle pour que celle-ci puisse exister, se comprendre, s'identifier, décider ses chemins, pour qu'existe le citoyen¹⁸».

5.1.1 La transparence du contre-pouvoir

Dans la justification de la fonction, la dimension civique de la médiation de presse ne se circonscrit pas à l'autorégulation professionnelle et se déploie dans une obligation de transparence. Comme dans le propos de R. Solé cité au début de ce chapitre, le rôle du médiateur de presse serait un contre-pouvoir au pouvoir de la presse, c'est-à-dire un vecteur d'équilibre au pouvoir de la presse. L'argumentation consiste dans la revendication de ce que la presse s'applique un traitement semblable à celui qu'elle applique à l'examen des actions des pouvoirs institutionnalisés, des entreprises et des organisations. Cela favoriserait la compensation de sa faculté d'émettre des jugements et des critiques sur des pouvoirs, des institutions et des personnes sans avoir une exigence légale de se soumettre au contrôle des pouvoirs institutionnalisés. Autant la presse peut demander des explications et de la transparence aux institutions, autant elle devrait être capable de rendre compte et être transparente. Le médiateur de presse se présente comme une réponse à ceux qui blâment la presse de « reprocher aux autres leur goût du secret [ce qui] n'implique pas qu'on se soumette soi-même à l'obligation de 'transparence' » (Halimi, 1997, p. 41). En l'espèce, le médiateur de presse se donne pour objectif la réalisation de la transparence des médias.

Ce registre du discours de justification et de légitimation ressort dans les exemples 6, et 7 :

6. « Il n'y aurait pas lieu de revenir sur l'exigence de transparence pour tous qu'il avançait alors, si elle n'appelait pas, de notre part, la réciprocité : *Le Monde* est tenu de s'expliquer sur la manière dont il demande des explications, et ceux qui nous y invitent doivent obtenir satisfaction.¹⁹ » ;

7. « Cela ne veut pas dire que les organes de presse ne commettent pas d'injustices et des abus, y compris contre le gouvernement, mais ces cas doivent être disséqués et purgés dans la sphère où ils sont nés : face à l'opinion publique.²⁰ ».

¹⁸ « Qual é a lei imutável que diz que a mídia tem o direito de escarafunchar toda instituição ou qualquer indivíduo e não possa ela mesma ter suas entranhas e seus erros expostos ao debate público ? A informação exata, clara, justa, equilibrada, inclusive sobre a mídia, não é um privilégio da sociedade. É condição essencial para que esta possa existir, se entender, se identificar, decidir seus rumos, para que exista o cidadão ». In : M. V. Santos, « Manifesto de um novo ombudsman », *Folha de S. Paulo*, 29/09/1991.

¹⁹ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 03/04/1995.

Le médiateur de presse s'érige alors comme une réponse de la propre catégorie professionnelle aux reproches de ne pas satisfaire la nécessaire contrepartie en terme de responsabilité. Dans son argumentation, en tant que mécanisme de régulation endogène du groupe professionnel, le médiateur de presse sauvegarde l'autonomie du groupe professionnel, qui reste indépendant pour ce qui est de fixer ses propres règles déontologiques. Ainsi, selon la rhétorique professionnelle de la fonction, par la dimension civique, le médiateur de presse participe au contrôle des pratiques professionnelles des journalistes d'une rédaction et garantit le respect des droits individuels des lecteurs et des acteurs de l'actualité. De fait, l'argumentation de la fonction propose le médiateur de presse comme une instance de protection de droits individuels des lecteurs et de régulation des pratiques professionnelles des journalistes. Il s'agit d'un répertoire argumentatif qui s'adresse aux fractions de la clientèle de la médiation de presse.

5.1.2 L'exigence de transparence et la fin de l'arrogance

Dans les discours des agents professionnalistes, chez le médiateur de presse, la réponse à l'exigence de transparence va de pair avec la diminution de l'arrogance des journalistes, qui serait caractérisée par l'autosuffisance et par un refus de rendre compte de leurs actes professionnels. Cette nécessité de mettre un terme à l'arrogance professionnelle des journalistes est contenue dans des textes (mentionnés comme) fondateurs de la médiation de presse, et dans les productions des agents professionnalistes et des observateurs extérieurs :

« La réelle menace à long terme vis à vis des journaux quotidiens d'Amérique [...] est la conséquence de l'inébranlable suffisance de leurs directeurs de publication et de leurs directeurs de rédaction, y compris moi-même. Parmi les institutions de notre société irrégulièrement complaisante, nul ne s'applique au pharisaïsme, à l'autosatisfaction et à l'autocélébration autant que la presse²¹ » ;

« Les *editors* continuent à insister sur leur droit à contrôler la performance du gouvernement et des entreprises, et à fouiller dans presque toutes les institutions de la vie

²⁰ « Isso não quer dizer que órgãos de imprensa não cometam injustiças e abusos, inclusive contra o governo, mas esses casos têm de ser dissecados e purgados na mesma esfera em que nasceram: frente à opinião pública ». In : M. Leite, « As transformações do jornalismo – 2 », *Folha de S. Paulo*, 29/10/1995.

²¹ « The real long-rang menace to America's daily newspaper [...] lies in the unshatterable smugness of their publishers and editors, my self included. Of all the institutions in our inordinately complacent society, none is so addicted as the press to self-righteousness, self-satisfaction and self-congratulation » (Raskin, 1967, p. 28).

américaine. Mais la plupart de ces mêmes *editors* restent indifférents ou opposés à l'idée de toute surveillance sérieuse et systématique de leur propre performance²² » ;

« Les médias, qui veulent tout savoir et tout dire des divers pouvoirs, restent souvent réticents à se servir la même médecine qu'ils imposent si facilement aux autres institutions. Malgré tout, conscients de la nécessité d'une certaine transparence, ne serait-ce que pour prévenir toute ingérence externe dans leurs affaires, les entreprises de presse ont cherché depuis quelques décennies à se donner des mécanismes permettant l'examen de leur propre fonctionnement » (Langlois et Sauvageau, 1989, p.189) ;

« Pour le nouvel ombudsman du *Folha*, l'indifférence et l'auto-indulgence configurent le pire des mondes²³ »

Toutefois, les dispositions déontologiques et le pluralisme d'opinion qui forment les principes civiques de la fonction, ne sont pas les uniques composants de cette rhétorique et d'autres motivations de justification et de légitimation de la fonction de médiateur de presse subsistent. En effet, pour le chercheur, ne pas se restreindre au registre civique de la médiation de presse, c'est se dégager de la vision enchantée du groupe professionnel. La médiation de presse, comme les autres groupements professionnels, est constituée d'une dimension civique, mais aussi d'une logique commerciale, de son utilité et de sa technique, de rapports domestiques (Boltanski, 1990b). Qui plus est, les dispositions déontologiques ne rassemblent pas toutes les conditions pour établir la reconnaissance de la fonction de médiateur, ni constituent des motivations suffisantes pour l'introduire et pour garantir sa continuité. Au registre civique de la médiation de presse, il s'ajoute des arguments provenant de dispositions d'opinion, domestiques, industrielles et marchandes. Il peut être moins question de la déontologie professionnelle que d'entretenir la relation entre les professionnels – les experts – et le public – les profanes et de vendre plus de journaux et d'augmenter l'audience du média audiovisuel. Au reste, les arguments listés ci-dessous ne sont guère adressés aux lecteurs et aux journalistes des rangs inférieurs. Ce sont des arguments qui ont en vue de convaincre préférentiellement les propriétaires, les directeurs et les rédacteurs en chef des entreprises de presse, à savoir ceux qui décident d'engager un médiateur.

²² « Editors continue to insist on their right to monitor the performance of government and business, and to pry into just about every institution in American life. But most of these same editors remain indifferent or opposed to the idea of any serious, systematic oversight of their own performance » (Bailey, 1992).

²³ In : « Novo ombudsman da *Folha* assume amanhã » (« Nouvel ombudsman du *Folha* est nommé demain »), *Folha de S. Paulo*, 11/03/2001.

5.2 Les atouts symboliques

Dans un registre d'opinion, les agents professionnels incorporent à la médiation de presse des retombées symboliques, notamment celles entraînées par l'augmentation de la crédibilité. Un journal, une radio ou une télévision gagnerait en valeur ajoutée avec l'adoption de la fonction de médiateur et le média avancerait vers l'excellence journalistique, dont les définitions varient en fonction de la position du média dans l'espace journalistique (Champagne, 1995). Pour le média, la désignation d'un médiateur reviendrait à « se doter d'un 'signe de qualité'²⁴ face à ses lecteurs » pour ce que cette fonction contribue à « légitimer et [à] crédibiliser le journal par la réflexion sur sa propre critique » (Mesquita, 1998, p. 84) ou « à augmenter la confiance des lecteurs [...] et à rendre plus transparents les processus et les décisions journalistiques qui interviennent dans la production de nouvelles²⁵ ». La dimension civique, concernant la transparence et le débat public des pratiques professionnelles, est passible de produire un « signe de qualité » et d'augmenter la crédibilité. En fait, dans la plupart des cas, l'augmentation de la crédibilité est rattachée comme une conséquence des préoccupations civiques propre à la médiation de presse. L'argumentation de la crédibilité peut parfois être associée aux motivations civiques, tandis que, dans d'autres circonstances, la crédibilité et les principes civiques peuvent être opposés. L'association entre les deux composants de la médiation de presse peut aller en ligne droite, de sorte que l'accroissement de la responsabilité de la rédaction – via un médiateur – déclencherait l'augmentation de la crédibilité. J. Byrd, ancienne *ombudsman* du *Washington Post*, fait ce type de mise en rapport en affirmant qu'« à chaque fois qu'un journal fait un effort pour atteindre et améliorer sa responsabilité, il doit produire davantage de confiance auprès du public de ce journal²⁶ ».

En l'occurrence, le discours légitimant de la médiation de presse la place comme un mécanisme qui concourrait à l'agrandissement de la crédibilité des médias et l'ONO et les agents professionnels s'appuient sur les sondages de crédibilité des journalistes et des

²⁴ L'expression 'signe de qualité' a été retirée par l'auteur de l'ouvrage de J.-G. Padioleau (1985, p. 227).

²⁵ « Para aumentar a confiança dos leitores no seu jornal diário e para tornar mais transparentes os processos e decisões jornalísticos que intervêm na produção das notícias » (Estatuto do Provedor dos leitores do *Público*)

²⁶ « Any time that a newspaper makes an effort to reach out and improve its accountability, it has to generate more public faith in that paper » (J. Byrd, cité par Glaser, 1995).

journaux auprès des lecteurs et sur les études d'augmentation de la crédibilité des médias²⁷. Des sondages d'opinion, aussi bien en France qu'aux Etats-Unis, constatent régulièrement la chute de la crédibilité ou la persistance d'un taux négatif de crédibilité et établissent qu'une bonne partie de la population ne fait plus aisément confiance aux médias²⁸. Bref, le public est en train de mettre en doute la capacité des médias à délivrer une information digne de crédit.

Ainsi, selon la rhétorique des médiateurs de presse, pour rehausser la crédibilité des médias, il faut nécessairement éviter la reproduction de fautes (ou au moins montrer que l'on les évite). À l'opposé, chaque faute d'information déprécierait la crédibilité du média : chaque erreur d'appréciation dans le traitement des événements entraînerait la chute de la crédibilité du journal auprès des lecteurs. Les agents professionnels argumentent que « si un journal fait trop d'erreurs, les lecteurs cesseront de le croire, et un peu plus tard ils cesseront de l'acheter²⁹ » et que « toute faute, dans un journal démonte une partie de cette crédibilité construite après un énorme sacrifice³⁰ ». Pour les promoteurs de la médiation de presse, l'un des dispositifs mis en place par les médias pour augmenter la crédibilité est bien le médiateur de presse, notamment parce que « les journaux – au moins quelques-uns – ont commencé à comprendre que graduellement la franche reconnaissance des erreurs peut être bonne pour leur crédibilité – et la crédibilité, après tout, est l'atout de la perfection d'un journal³¹ » et la reconnaissance des fautes est l'affaire du médiateur de presse. Sous cet angle, la hausse de la crédibilité serait corollaire de la monstration de l'intérêt et de la préoccupation de faire correctement, signifiées par le médiateur.

En plus de reconnaître les fautes, de les corriger ou de les faire corriger, et par conséquent, de faire front à la reproduction de ces défaillances, le médiateur de presse utilise les chroniques pour expliquer les contraintes de la pratique professionnelle des journalistes aux profanes. Cela ne pourrait que diminuer les 'incompréhensions' du public auprès des

²⁷ Par exemple, le site Internet de l'ONO offre un lien hypertexte avec le projet de crédibilité de l'ASNE dans lequel huit journaux testent de dispositifs pour faire accroître la confiance des lecteurs à l'égard des journaux. Les mesures visent à : augmenter l'exactitude, éliminer le sensationnalisme, réduire la partialité et se mettre en 'connexion' avec les lecteurs.

²⁸ En France, à partir de 1988, la Sofres ausculte l'état de l'opinion des français à l'égard de leurs médias. Depuis la première édition, le constat que les médias français subissent une crise de confiance. La comparaison des sondages effectués au fil des années montre que tout en oscillant les circonstances événementielles, la méfiance s'installe dans la durée. Pour les résultats de ces sondages, voir notamment le périodique *Médiaspouvoirs*.

²⁹ « If a paper makes enough errors, readers will stop believing it, and a little later on they will stop buying it » (Bailey, 1990).

³⁰ « Todo erro, num jornal, desmonta parte dessa credibilidade construída com enorme sacrificio ». In : J. N. de Sa, « Os números que espantam », *Folha de S. Paulo*, 25/09/1994.

³¹ « Gradually, newspapers – at least some of them – began to understand that a frank admission of errors can be good for credibility, and credibility, after all, is a newspaper's prime asset » (Nauman, 1994).

médias d'information. La dernière brochure de l'ONO introduit le médiateur de presse comme un spécialiste de la crédibilité des médias, c'est-à-dire un moyen d'augmentation de la crédibilité. De fait, dans la nouvelle édition de la brochure de l'ONO, il a été ajouté la finalité d'« aider la profession journalistique à accomplir et à maintenir des normes éthiques élevées dans le domaine du reportage, et de cette façon, à rehausser sa propre crédibilité parmi les personnes qu'elle sert.³² ». Néanmoins, cette disposition à corriger les fautes et raffermir la qualité du média n'est pas inébranlable. Les opposants de la médiation de presse soulignent la disposition des médiateurs à faire de critiques infimes. Dans une analyse de huit cents chroniques de médiateurs de presse étasunien, C. Tate³³ (1984) conclut que les médiateurs inclinaient « à expliquer plutôt qu'à examiner³⁴ » et que « l'apologie était davantage à l'ordre du jour qu'une critique incisive³⁵ ». Une appréciation acceptée par les médiateurs de presse. Seize années après la publication de cet article, R. Solé, dans les pages du *Monde*, rapporte les conclusions de C. Tate qui sont que « la plupart des chroniques des médiateurs étaient soporifiques ou ne portaient que sur des futilités...³⁶ ». En fait, certains agents professionnels soutiennent que la teneur des chroniques des médiateurs est moins importante que la disposition de transparence du média qu'elle implique. Autrement dit, dans un registre d'opinion, le fait du média de se soumettre, par le biais du médiateur, au jugement, à l'appréciation publique est en soi une grandeur. C. W. Bailey (1990) adopte cette position. Pour cet ancien *editor*, « la chronique du médiateur est moins importante que son fait – les attributions d'appréciation³⁷ ». En somme, dans le discours de légitimation et de justification de la médiation de presse, la chronique prend la forme d'une « représentation symbolique de [l']engagement envers le lecteur³⁸ ».

³² « To help the journalism profession achieve and maintain high ethical standards in news reporting, thereby enhancing its own credibility among the people it serves » (ONO, 1994).

³³ L'unique texte relativement critique à la fonction de médiateur de presse qui soit présenté au site de l'ONO, cet article de C. Tate encense pourtant certains titulaires de la fonction. Les chroniques d'A. Nauman serait une exception aux critiques citées. Cet article est cité par Solé (10/06/2000) et Costa (1991).

³⁴ « Explain rather than examine » (Tate, 1984).

³⁵ « Apologia is more the order of the day than incisive criticism ». (Tate, 1984).

³⁶ In : R. Solé, « Médiateurs de tous pays... », *Le Monde*, 04/06/2000.

³⁷ « The ombudsman's column is less important than his fact – finding function ». (Bailey, 1990).

³⁸ « Symbolic representation of this commitment to the reader ». (Mogavero, 1982, p. 550).

5.3 Les gains économiques

Toutefois, la crédibilité ne boucle pas les dispositifs argumentatifs de la médiation de presse. La rhétorique de la médiation de presse complète le scénario de la transparence qui entraîne la crédibilité : il s'agit de l'augmentation de l'audience grâce à l'amélioration de l'image des journaux auprès de leurs lecteurs ou à l'augmentation de la qualité. Dans le discours des agents professionnalisés, la hausse de la crédibilité laisse la porte ouverte à des retombées économiques, à savoir, une évolution du taux de confiance, qui, au pire, conserverait l'audience ou, au mieux, l'augmenterait. Et, dans un sens contraire, l'affaiblissement du taux de crédibilité aurait de conséquences négatives sur l'achat. De même que la rhétorique des médiateurs met en rapport la présence de la fonction dans une rédaction et la hausse de la crédibilité, de même ce raisonnement associe de manière rectiligne l'accentuation de la crédibilité et la fidélisation et/ou l'augmentation de l'audience. Ainsi, on pourra associer la présence du médiateur dans une rédaction et la diminution de désabonnement, comme par exemple : « Dans les mois qui ont suivi la nomination d'un médiateur, le taux de désabonnement au *Los Angeles Times* pour raisons rédactionnelles a baissé, paraît-il, de manière spectaculaire...³⁹ ».

En fait, la conception néolibérale de la société permet d'envisager le consommateur comme « souverain dans ses choix, sur un marché dit libre » (Mattelart et Mattelart, 1995, p. 88) prompt à sanctionner les médias qui commettent des fautes et on peut associer crédibilité et achat. Ce consommateur souverain s'ajoute au lecteur raisonnable, un « lecteur-citoyen, exigeant et intervenant » (Mesquita, 1998b, p. 86) qui est l'idéal type du lecteur capable d'évaluer raisonnablement. Dans ce cas de figure, le lecteur raisonnable est un usager protoprofessionnalisé, c'est-à-dire une « personne qui a accepté les normes d'une profession [...] et qui se regarde à la lumière de ces normes⁴⁰ » (Swann, 1988). Les arguments marchands de la fonction de médiateur de presse ne sont pas négligeables. Au contraire, ils charpentent un versant du discours de la médiation de presse. En fait, la rhétorique du médiateur diffusée aux Etats-Unis attache, par un schéma linéaire, la crédibilité à l'achat,

³⁹ In : R. Solé, « Médiateurs de tous pays... », *Le Monde*, 04/06/2000.

⁴⁰ Cité par Trépos (1992, p. 49).

attendu que « la crédibilité et la capacité de vente vont bras dessus bras dessous⁴¹ » et que « si le public a confiance dans un journal, c'est plus probable pour lui de s'abonner à ce quotidien et d'y continuer comme abonné⁴² ». Dans son argumentation, le côté intéressé et utilitaire de la médiation de presse n'est pas masqué. Au contraire, il peut bien fortifier la médiation de presse. C. W. Bailey résume bien la nécessité d'avoir un médiateur : « La fonction de médiateur ne rend pourtant pas soi-même, son rédacteur en chef ou même son journal, davantage populaire ou aimé. Sa fonction est de maintenir (ou de regagner) le respect des lecteurs. Ce n'est pas un objectif complètement désintéressé : à long terme, le respect est l'unique sentiment qui maintient la lecture, la confiance, le soutien – et l'achat – du public à un journal⁴³ ». Des arguments provenant du management d'une entreprise de presse assurément concerné par les résultats financiers, qui sont également corroborés par les médiateurs de presse. En l'espèce, ce propos de C. W. Bailey a été repris par L. Glaser, présidente de l'ONO en 1995-1996 et ancienne ombudsman du quotidien californien *Fresno Bee*, dans un article bulletin de l'ASNE.

A l'instar de la citation précédente, l'emploi de ces arguments survient particulièrement dans les articles des agents professionnels pour des publications spécialisées en journalisme⁴⁴ qui touchent la direction et les patrons des médias. Les retombées économiques de la présence du médiateur dans une rédaction sont un fort argument : l'efficacité est l'atout proclamé de la médiation de presse. Cette efficacité est tant objective que subjective. L'efficacité objective serait mesurable par l'augmentation de la diffusion du média, mais aussi par la quantification de l'action du médiateur. Ainsi, sont mesurés les changements de certaines opérations professionnelles attribuables à l'intervention du médiateur, comme la croissance des rectificatifs du journal, ou même par la diminution de fautes d'information. Les retombées subjectives seraient notamment quantifiables par l'amélioration de l'image du média, l'augmentation de la confiance du public et la hausse de la crédibilité. Cette dimension marchande instrumentalise la fonction de médiateur, fragilise son discours du besoin de la fonction et la rend plus susceptible aux dénonciations, aussi bien à l'égard d'une moindre

⁴¹ « Credibility and salability have gone hand in hand » (Glaser, 1995).

⁴² « And I presume that if the public has faith in a newspaper, it is more likely to subscribe to that paper and to continue to subscribe » (Byrd, cité par Glaser, 1995).

⁴³ « But the ombudsman's job is not to make himself, or his editor, or even his newspaper either popular or beloved. His job is to retain (or regain) the respect of readers. It's not a wholly disinterested goal : In the long run, respect is the only sentiment that will keep the public reading, believing, supporting – and buying – a newspaper » (Bailey, 1990).

⁴⁴ Par exemple, le bulletin de l'ASNE, les magazines spécialisés *Editor & Publisher*, *Presstime* ou les périodiques *Columbia Journalism Review* et *Washington Journalism Review*.

autorégulation professionnelle des journalistes que d'une chétive représentation civique des lecteurs.

Contradictoirement, pour faire face à cet écueil, le discours de justification de la médiation met en évidence que les gains économiques peuvent être utilisés pour convaincre les entreprises à engager un médiateur, ce qui serait en soi une noble cause. Ainsi, L. Glaser, peut affirmer « être prêt à parler d'argent pour une cause⁴⁵ ». Dans l'article intitulé « Ombudsmen and the bottom line », elle conseille les agents professionnels à utiliser les gains économiques pour convaincre les patrons de presse de s'engager dans la voie de la médiation de presse : « Si les arguments éthiques ne fonctionnent pas, je suggère de citer la potentielle réduction de procès judiciaires, l'amélioration de la diffusion et l'augmentation des revenus publicitaires comme un trio de raisons pratiques. [...] Pour construire la crédibilité de la publication, [le médiateur de presse] tend à favoriser la loyauté du lecteur, à stimuler la circulation et la vente d'espaces publicitaires. En servant d'honnête et objective caisse de résonance aux lecteurs furieux, il dissuade les poursuites judiciaires onéreuses⁴⁶ ».

Dans son essai sur la déontologie journalistique, B. Libois (1994) remarque que, en matière de discussions déontologiques, les journalistes adoptent un « raisonnement tautologique » : les journalistes se présentent en tant qu'acteurs et garants essentiel de la liberté de presse, droit individuel primordial pour le bon fonctionnement de la démocratie ; toute limitation à la liberté de presse est tenue pour une volonté d'ingérence intolérable ; seule la profession journalistique a la compétence et la légitimité pour déterminer l'exercice et les limites de la liberté de presse et les jugements provenant de l'extérieur du groupe professionnel seraient entrevus comme portant atteinte à la liberté de presse. C'est aussi par un discours tautologique que les agents professionnels essaient d'invalider ces dénonciations en utilisant des arguments sur l'efficacité de la médiation de presse.

Sans cacher la dimension marchande de la fonction, la justification des agents professionnels aux dénonciations de préoccupations mercantiles s'appuient sur le nombre restreint de médias qui ont fait appel au médiateur. Ainsi, les arguments consistent à dire que : supposer qu'un média d'information ne dispose d'un médiateur que par d'intérêts financiers, c'est oublier que seulement la minorité de médias ont désigné un médiateur, alors que s'il

⁴⁵ « Willing to talk money for a cause » (Glaser, 1995).

⁴⁶ « If ethical arguments don't work, I suggest citing the potential reduction in lawsuits, improved circulation and increased advertising revenues as a trio of practical reasons. [...] By building the publication's credibility, he tends to promote reader loyalty, stimulate circulation and boost ad sales. By serving as an honest and objective sounding board for irate readers, he deters expensive lawsuits » (Glaser, 1995).

était simplement une question de retombées financières, la totalité des médias opéreraient pour l'engagement d'un médiateur de presse. L'attribution de représentation des lecteurs permet quelque peu de justifier et de neutraliser la dimension marchande de la médiation de presse. Dans le discours de justification de cette fonction, il advient que les médiateurs associent le combat contre les fautes professionnelles et la sauvegarde du pluralisme d'opinion à un bénéfice apporté aux lecteurs, sans pour autant réfuter la dimension marchande. Quant au contrôle des pratiques professionnelles, le dénombrement des modifications engendrées par la présence du médiateur dans la rédaction porterait témoignage de son sérieux. En l'espèce, les médiateurs de presse mettent en avant les bénéfices procurés aux lecteurs : « Si la création du poste [d'ombudsman] a été une initiative du marketing, comme arrivent à être incorporées tant d'autres attitudes du journal, il importe davantage de percevoir que, avec elle, survient l'opportunité de transformer le *Folha* en proie à sa propre création.⁴⁷ », « Si le 'représentant du lecteur' n'était qu'une stratégie de marketing, nous pourrions alors nous demander pour quel motif tout journal n'a pas son ombudsman. La constatation de que peu de journaux ont relevé le défi de maintenir un 'représentant des lecteurs' montre comment la presse, d'une façon générale, semble encore réfractaire à avancer le premier pas vers l'indispensable processus de démocratisation des médias⁴⁸ ».

5.3.1 L'opposition aux justifications

En réponse aux justifications exprimées par les médiateurs, les opposants de la médiation de presse déploient des arguments sur la difficulté de discerner les résultats pratiques de l'action du médiateur et de séparer les changements occasionnés par la présence du médiateur dans la rédaction. Ainsi, au *New York Times*, la direction du journal reste persuadée que le médiateur ne conduit pas au perfectionnement de la qualité du journalisme⁴⁹.

⁴⁷ « Se a criação do posto foi uma iniciativa de marketing, como acabam sendo entendidas tantas atitudes do jornal, importa mais perceber que com ela surge a oportunidade para transformar a *Folha* em presa da própria criação ». In : M. V. Santos, « Manifesto de um novo ombudsman », *Folha de S. Paulo*, 29/09/1991.

⁴⁸ « Se o 'representante do leitor' fosse apenas uma estratégia de marketing, poderíamos nos perguntar então por qual motivo todo jornal não tem o seu ombudsman. A constatação de que tão poucos jornais tenham topado o desafio de manter um 'representante dos leitores' mostra como a imprensa, de um modo geral, ainda parece refratária a dar o primeiro passo no indispensável processo de democratização da mídia ». In : Lira Neto, « O ombudsman é só marketing? », *O Povo*.

⁴⁹ Ce sont des arguments déployés par W. Keller, directeur du *New York Times*, cités par L. Moses (2000). Comme c'était A. H. Raskin, un journaliste de son équipe qui a suggéré d'instituer la médiation de presse et comme il s'agit d'un des quotidiens les plus réputés des Etats-Unis qui reste réfractaire à la médiation, l'opinion

Parfois, les observateurs et les membres de rédaction où la fonction n'a pas été implantée demandent des résultats concrets, des modifications positives dues à l'intervention du médiateur dans la rédaction. De même, les études sur la médiation de presse s'intéressent à mesurer les modifications du niveau de responsabilisation, d'imputabilité, d'amélioration de l'image du média auprès des lecteurs, etc. et les articles de spécialistes de déontologie professionnelle des journalistes peuvent constater que « le recours aux ombudsmen a eu un impact marginal au niveau de l'imputabilité des médias d'information » (Bernier, 1998, p. 53).

D'ailleurs, il est souvent rapporté des dérapages déontologiques que la présence du médiateur n'a pas pu empêcher ou que ses enquêtes n'ont pas réussi à détecter⁵⁰. La réponse des médiateurs réside dans la difficulté d'identifier et de quantifier l'étendue et l'impact des actions des titulaires de la fonction sur les pratiques professionnelles, étant donné qu'il est « difficile de donner des exemples concrets à son action. [...] Son fondement est dans l'attitude et non pas dans les résultats.⁵¹ ». De même que, dans leur argumentation, l'expérience empirique de chaque médiateur permet de conclure qu'il est un instrument de renforcement déontologique et de crédibilité (Glaser, 1995). « Comment est-il possible qu'un professionnel solitaire, même pourvu des meilleures intentions du monde, récoltant des réclamations à la pelle, réussisse à modifier quelque chose d'important au sein d'une structure qui fait des fautes et déforme en quantité et en qualité les informations, et qui, ce qui est encore pire, refuse de l'admettre ? [...] Il se peut que quelque modification réelle, lente,

d'un membre de la direction du *New York Times* est souvent sollicitée dans les écrits des agents professionnels, par exemple C. W. Bailey (1990) et S. Lamont (1999a), et d'observateurs extérieurs, comme K. McKenna (1993) et L. Moses (2000).

⁵⁰ Dans les textes étasuniens, un exemple récurrent est l'affaire 'Jimmy' : En 1980, J. Cooke, journaliste du *Washington Post*, a obtenu le prix Pulitzer, en 1980, par une série de reportages sur le quotidien d'un toxicomane de huit ans. Suite au succès des reportages, d'autres journalistes ont manifesté l'intérêt de connaître l'informateur. À ce moment, la journaliste a été contrainte d'avouer que le reportage était 'bidon' et créé de toutes les pièces. Le *Post* l'a démissionnée et a rendu le prix. Cette affaire est considérée un échec de la médiation de presse, parce que W. Green, alors ombudsman du *Washington Post*, avait reçu de réclamations mettant en doute l'identité de l'enfant et n'a pas pris aucune mesure avant que le scandale ne vienne à public. Cet événement résonne aussi dans les travaux français sur l'identité professionnelle des journalistes. Dans un ouvrage collectif sur les journalistes, l'historien de la presse, M. Palmer associe l'affaire 'Jimmy' à la fragilité des dispositifs de régulation déontologique de la profession journalistique et affirme que cette « affaire démontre que les dispositifs de contrôle et de vérification très poussés, mis en place par des médias des plus sérieux, avec *ombudsmen*, conseils de la presse et autres codes de déontologie, ne peut empêcher toute 'faute professionnelle' » (Palmer, 1994, p. 171).

⁵¹ « Dificil dar exemplos de efeitos concretos de sua ação. [...] Seu fulcro está na atitude, não nos resultados ». In : M. Leite, « A revolução de 1997 », *Folha de S. Paulo*, 29/12/1996.

pleine d'avancements et de reculs, s'esquisse dans un sédiment plus profond et que quelque progrès survienne. Mais il se peut aussi que non⁵² ».

Dans notre systématisation de la rhétorique professionnelle du médiateur, nous cherchons à identifier d'une manière générale le répertoire argumentatif de ce groupement professionnel. Cela ne veut pas dire que tous les postes de médiateurs, dans divers médias d'information, localisés dans plusieurs pays, s'appuient sur des principes identiques de justification et de légitimation et qu'ils emploient les mêmes arguments. Le principe de justification concernant la logique marchande de la fonction de médiateur n'est pourtant pas clairement présente dans les chroniques du médiateur de *Monde* ni dans les textes produits par ses titulaires. L'histoire de la presse en France saurait expliquer cette absence. Toutefois, les récents bouleversements du paysage médiatique et l'histoire du *Monde*, ajoutés aux critiques faites au médiateur de presse, notamment celles de P. Bourdieu⁵³ (1998), en disent beaucoup aussi. En fait, au *Monde*, les changements mis en chantier par J.-M. Colombani, à partir du début 1994, dans lesquels s'insère la création du poste de médiateur et qui culminent au lancement de la nouvelle formule, en janvier 1995, sont désignés comme une réponse de la rédaction pour « sauver l'indépendance en réinventant [la] culture professionnelle » (Plenel, 1996, p. 171) du journal. On remarque aussi que les couples médiateur-crédibilité et erreur-perte de crédibilité sont également présents dans les textes de ce journal.

5.3.2 Les coûts matériels

Alors que les discours des promoteurs de la médiation de presse ne se privent pas de justifier la fonction par ses gains économiques, les dépenses entraînées par un médiateur de presse sont l'une des plus fortes justifications de son absence dans une rédaction. Selon les observateurs de la médiation, il s'agit d'une justification sur mesure pour les publications régionales « surtout du fait que ce poste implique des coûts importants qui ne peuvent pas être assumés par tous les journaux » (Bernier, 1998, pp. 53–54). De fait, les coûts de médiation de

⁵² « Como é possível que um profissional solitário, por melhores que sejam suas intenções, recolhendo reclamações no varejo consiga alterar alguma coisa importante de uma estrutura que erra e deturpa em grande quantidade e qualidade e, o que é pior, resiste a admiti-lo ? [...] Pode ser que alguma mudança real, lenta, cheia de avanços e recuos, esteja se esboçando num sedimento mais profundo e que algum progresso acabe afinal acontecendo. Mas pode ser que não ». In : Mario Vitor Santos, « Manifesto de um novo ombudsman », *Folha de S. Paulo*, 29/09/1991.

⁵³ Les critiques de P. Bourdieu ont effectivement retenti sur les médiateurs du *Monde*. En effet, T. Ferenczi consacre sa dernière chronique de médiateur à répondre aux critiques de ce sociologue.

presse sont la raison principale que les directions des médias mettent en avant pour ne pas introduire la fonction et pour y mettre un terme. Conformément à cette argumentation, le salaire et les coûts de l'installation physique et du matériel bureautique du médiateur peuvent rendre la fonction dispendieuse pour les médias avec un fragile équilibre financier ou les quotidiens régionaux à faible et moyen tirage⁵⁴. Aux Etats-Unis, la majorité des médiateurs ont été engagés par des quotidiens régionaux, dont la situation économique de certains n'est pas florissante⁵⁵. De ce fait, l'augmentation des dépenses suscitée par la création de la fonction de médiateur pourrait avoir des incidences négatives sur le chiffre d'affaires.

Les fonds versés pour la rémunération du titulaire de la fonction pourraient, selon quelques patrons de presse, être utilisés comme paiement d'un autre collaborateur, dans des investissements techniques et technologiques. A l'*Usa Today*, un quotidien à forte diffusion, le président et gérant T. Curley, peut affirmer qu'avant la désignation d'un médiateur de presse, la publication a d'autres « priorités pressantes tel que des journalistes supplémentaires répartis au travers du pays⁵⁶ ». Etant ordinairement des journalistes en fin de parcours professionnel, les rémunérations des médiateurs répercutent leurs expériences

⁵⁴ Selon l'estimation de C. W. Bailey (1990), aux Etats-Unis, le salaire du médiateur, la fourniture du bureau et l'entretien des locaux coûtent annuellement en moyenne US\$100 mille. Une significative partie de ces frais provient de la rémunération du titulaire de la fonction. En 1987, parmi des trente-deux médiateurs de presse étasuniens et canadiens interrogés par J. S. Ettema et T. L. Glasser, six percevaient une rémunération de moins de US\$ 40 mille et onze, de plus de US\$ 50 mille annuels. En 1993, un sondage de l'ONO, des vingt-trois médiateurs sondés, deux travaillant dans de quotidiens à diffusion supérieure à 400 mille exemplaires recevaient des salaires annuels entre US\$100 mille et US\$ 125 mille. Sept, qui exerçaient cette fonction dans de quotidiens à circulation journalière entre 125 mille à 400 mille exemplaires, touchaient entre US\$50 mille et US\$62.499 par année (Glaser, 1995). Dans les frais de personnel de la fonction de médiateur, il faut compter le salaire d'un assistant ou d'un secrétaire, puisque le médiateur est souvent secondé. L'ombudsman du *Folha de S. Paulo* a une secrétaire et un coursier. Le médiateur du *Monde* dispose de la collaboration d'un assistant. En 1997, dans une enquête de l'ONO sur les méthodes de travail répondue par vingt-huit médiateurs, treize titulaires se faisaient secondier, tandis que quinze ne disposaient pas d'assistants. A la question sur ce qu'ils changeraient dans leur fonction, huit médiateurs ont manifesté le souhait avoir un secrétaire ou un assistant.

⁵⁵ Au contraire, la presse quotidienne étasunienne subit la fusion et la fermeture de titres, une accentuée et enracinée crise de confiance du lectorat et un mouvement continu de détérioration du taux de lecture. La création de fonction de médiateur se cadre dans un mouvement de lente agonie de la presse écrite aux Etats-Unis, discerné dès la fin des années 1960 : la désaffection du public, la baisse de la consommation des médias, une vague d'hostilité vis-à-vis des médias (Bertrand, 1987, pp. 77-100), la perte de crédibilité des lecteurs à l'égard de la presse, la rude concurrence entre les titres de presse et des autres médias et loisirs, la formation de groupes de presse, la fusion de quotidiens d'une ville ou région, et, par conséquent, l'émergence de quotidiens monopolistes locaux et régionaux et une distanciation de la communauté. Aux Etats-Unis, la réduction du nombre de quotidiens en circulation s'avère en phénomène persistant : en 1960, 1763 quotidiens étaient en circulation ; 1643, en 1984 (Bagdikian, 1993, p. 43); 1532, en 1994 (*Rapport mondial sur la communication*, 1997, p. 126). Toutefois, la diminution de la quantité de quotidiens ne conduit nécessairement à la diminution de la circulation des quotidiens : en 1960, la diffusion de quotidiens atteignait 62 millions d'exemplaires/jour, tandis qu'en 1984, elle s'élève à 62,9 exemplaires/jour (Bagdikian, 1993, p. 43). La réduction de nombre de titres est aussi le résultat de fusions de deux titres, ce qui dans un premier moment n'a pas occasionné la réduction de la circulation totale. En 1994, la circulation de quotidien descend à 57 millions d'exemplaires/jour (*Rapport mondial sur la communication*, 1997, p. 126).

⁵⁶ « Pressing priorities such as adding reporters across the country » (Curley, cité par Lamont, 1999a).

professionnelles, alors qu'ils auraient pu faire valoir leurs acquis professionnels dans le guidage ou dans le renforcement de la rédaction, au lieu d'occuper les fonctions de médiateur.

D'autres coûts de la fonction ne sont pas négligeables. Pour encourager les lecteurs à prendre contact avec le médiateur, certaines entreprises de presse offrent un numéro vert d'appel téléphonique et entretiennent les pages du médiateur de presse sur le site Internet du média, quelquefois avec l'accès aux chroniques publiées pendant plusieurs semaines⁵⁷. La reproduction et la distribution des critiques internes à toute la rédaction est également un facteur de sollicitation de papiers et de logistique. C'est au média de payer les taxes annuelles d'adhésion à l'ONO⁵⁸ et de subvenir aux participations des médiateurs aux conférences annuelles de l'ONO, ce qui implique de frais de déplacement⁵⁹.

Néanmoins, la fonction de médiateur, telle quelle est structurée par les journaux, pourrait difficilement se passer de ces frais. Les coûts de la médiation de presse sont la caution de son indépendance, et soulignent l'existence de dispositifs d'autonomie correspondant à la fonction. Si un journaliste en fin de carrière signifie des coûts financiers élevés, la rhétorique de légitimation de la médiation de presse ne peut pas s'en libérer⁶⁰. L'âge du médiateur est un dispositif qui assure l'autonomie de la fonction. Le journaliste chevronné, reconnu par ses pairs et en fin de parcours professionnel n'a pas à favoriser le média craignant pour son avenir professionnel. Les autres frais sont également des cautions en ce qui concerne l'autonomie du médiateur face à la direction des médias et à la rédaction. Ce sont des mesures qui visent à renforcer le rôle du médiateur de presse. Les coûts des appels téléphoniques gratuits sont compensés par la monstration de soutien à l'ombudsman et par le courage d'affronter publiquement les critiques. Permettre d'appeler gratuitement le médiateur, c'est garantir la prise de contact de plusieurs lecteurs, ce qui démontre la réussite de la fonction.

Au demeurant, les médiateurs de presse ont développé des justifications aux dépenses de rémunération du titulaire et de coûts matériels : les coûts financiers ne seraient qu'une échappatoire exploitée par de directeurs et de patrons de presse qui redoutent l'exposition publique de leurs fautes et de leurs faiblesses. Ainsi, pour s'opposer aux critiques à la médiation de presse, les agents professionnels de la fonction mettent en circulation la dénonciation d'une direction de médias bien timorée face à la possibilité de perte de pouvoir

⁵⁷ C'est le cas du *Folha de S. Paulo* et du *Monde*.

⁵⁸ À chaque année, le médiateur associé à cette association paie US 75.

⁵⁹ Comme les vols long courrier, dans le but de rassembler les médiateurs de l'Amérique du Nord et du Sud, de l'Europe, de l'Asie et du Moyen Orient.

⁶⁰ Même si certains médias, comme le *Folha de S. Paulo* et l'*El País*, ont préféré engager de médiateur ayant un autre profil.

et craintive des critiques et de la révélation de ses fautes. Il s'agit d'un discours de disqualification des réserves qui consiste à mettre en scène les faiblesses de la direction des médias, par exemple : « Les raisons budgétaires, souvent invoquées, ne trompent personne. L'obstacle provient surtout des *editors* (rédacteurs en chef) qui ne supportent pas d'être mis en cause publiquement dans leurs propres colonnes⁶¹ ». Autre versant des justifications aux coûts est la mise en relief des bénéfices – symboliques et économiques – qui seraient toujours plus élevés que les coûts. Les coûts financiers de la fonction seraient compensés par le renforcement de la crédibilité du journal, la réduction de l'hostilité du public envers le journal, l'élévation de la compréhension du lectorat en ce qui concerne les contraintes de la pratique journalistique et la suspension de poursuites judiciaires⁶² (Glaser, 1995). En l'espèce, les raisons budgétaires ne seraient pas une entrave à la présence d'un médiateur dans les rédactions, parce que ses actions sont susceptibles de renforcer l'image du média et/ou de faire croître l'audience du média, ce qui propulse le chiffre d'affaires, et évite de fortes pertes dans des procès judiciaires onéreux.

5.4 La division du travail au sein de la rédaction

La division du travail dans la rédaction prend part aux modalités de justification de la médiation de presse, et, encore une fois, vise essentiellement les membres de la direction. Cette modalité de justification répond aux critiques des directeurs de médias, selon lesquelles le médiateur bascule la structure et le fonctionnement de la rédaction. Les arguments sont que les médiateurs assument des attributions qui étaient auparavant de la responsabilité de la hiérarchie, comme le directeur de rédaction et les rédacteurs en chef, sans pour autant rendre la rédaction plus consciencieuse et sans augmenter la qualité du travail journalistique. Dans ces arguments, on discerne les conflits d'espace et de pouvoir entre les membres d'une fraction du groupe professionnel. Les territoires professionnels sont en jeu : le médiateur serait une nouvelle voix d'autorité morale dans la rédaction, et, de ce fait, il serait susceptible de faire ombre à la direction, notamment en prenant des tâches de guidage des journalistes.

⁶¹ In : R. Solé, « Médiateurs de tous pays... », *Le Monde*, 04/06/2000.

⁶² Rappelons que ce dernier élément a été récemment incorporé dans la brochure de l'ONO.

Avoir un médiateur dans la rédaction pourrait affaiblir l'autorité des chefs, en remettant au médiateur une partie de leurs responsabilités dans les décisions de conduite professionnelle et de choix rédactionnels et, de ce fait, engager une perte de territoire professionnel des premiers. Le médiateur est alors associé à un rival dans le commandement et la régulation déontologique de la rédaction, ce qui peut en faire un élément troublant au sein de la structure et du fonctionnement de la rédaction. En l'espèce, il y a inquiétude du médiateur à se transformer en une source de pouvoir et d'autorité concurrente à la direction, qui peut éprouver une dépossession du contrôle hiérarchique et moral. Qui plus est, il existe encore l'argumentation des directeurs de médias disant que la fonction de médiateur est redondante, parce qu'un rédacteur en chef efficace serait capable de discerner les besoins et les souhaits des lecteurs.

Une variation des arguments concernant l'organisation du travail dans la rédaction place le médiateur comme une source d'étiollement de l'imputabilité individuelle des journalistes. Certaines rédactions affirment ne pas avoir besoin de médiateur, parce que chaque journaliste devrait être responsable de son travail et en répondre. Comme instance d'appréciation et de vérification des pratiques journalistiques, le médiateur déliterait l'imputabilité et la responsabilisation de chaque membre de la rédaction. Si le médiateur est considéré comme un réducteur de distance entre les lecteurs et la rédaction, il est pareillement considéré comme moyen pour distancier les lecteurs et les rédacteurs en chef et rendre ces derniers plus paresseux, puisque le médiateur assume certaines de leurs responsabilités⁶³. Pour les réfractaires à la fonction, le médiateur ne pourrait pas combler le fossé entre le lecteur et la rédaction. En 1980, suite à un désaccord avec le *reader advocate*, R. Haiman, alors *executive editor* du *St. Petersburg Times*, a interrompu la fonction et en est devenu un opposant : « Si le problème c'est que les lecteurs sentent une distance par rapport au rédacteur en chef, la plus mauvaise chose que vous pouvez alors faire – non pas la meilleure chose – est de mettre quelqu'un dans cet espace et de bloquer davantage leur accès⁶⁴ ». Au *New York Times*, A. M. Rosenthal, ancien *executive editor*, estime que le médiateur, en recevant et enquêtant sur les réclamations des lecteurs, répond en quelque sorte à des pratiques professionnelles qu'il apprécie. Ainsi, il peut supporter la responsabilité de la publication, car il décharge les rédacteurs en chef de cette tâche, et ces derniers peuvent par conséquent, devenir paresseux

⁶³ Pour de prises de positions de directeur de médias voir C. Tate (1984), C. W. Bailey (1990) et K. Mckenna (1993) qui rapportent de propos de la direction de médias étasuniens.

⁶⁴ « If the problem is that readers feel a distance from the editor, then the worst thing you can do – not the best thing – is to put someone in that space and further block their access ». In : Mckenna (1993).

(Mckenna, 1993). Bill Keller, *managing editor* du *New York Times*, soutient que le médiateur dilue la responsabilité des rédacteurs en chef envers le contenu du journal et l'évaluation de la production des journalistes (Lamont, 1999a et Moses, 2000).

5.4.1 Les arguments

Face aux dénonciations d'affaiblissement de la responsabilisation individuelle des journalistes et d'étiollement de l'autorité de la hiérarchie, les agents professionnels ont développé des justifications axées notamment sur un registre industriel. Pour désamorcer les craintes de la direction, on déploie des arguments qui font valoir le médiateur comme facteur de rationalisation des fonctions dans la rédaction. Au travers de l'organisation du temps des rédacteurs en chef et de la canalisation des réclamations des lecteurs vers le médiateur, la division de tâches de la rédaction susciterait un 'gain', selon les défenseurs de la fonction. La rationalisation des métiers de la rédaction est incluse dans la rhétorique de légitimation de la fonction et de dénonciation des membres de la direction qui s'occupent de recevoir et de traiter les réclamations des lecteurs, de manière à ce que dans la brochure de l'ONO, l'une des réponses à la question « Pourquoi un journal ou un média audiovisuel devrait-il avoir un médiateur?⁶⁵ » consiste à dire « [pour] préserver le temps [de la direction] en canalisant des plaintes et d'autres enquêtes vers un individu responsable⁶⁶ ». Ce raisonnement s'appuie à l'économie du temps de ceux qui exercent le commandement de la rédaction, en recevant le courrier des lecteurs et en enquêtant sur les plaintes et les réclamations des lecteurs, le directeur de la rédaction et les rédacteurs en chef gaspilleraient leur temps qui pourraient être autrement consacré à l'augmentation de l'exactitude, de la justesse et de la qualité des informations et au pilotage de la rédaction. A l'opposé, l'accumulation de ces tâches réduirait la productivité de la direction. Pour renforcer l'argumentation propre à la division des tâches, on prend l'exemple d'autres organismes dans lesquels les patrons ne s'occupent pas de la réception et de traitement des réclamations des usagers. Ainsi, D. Cox⁶⁷, p.-d.-g. d'un groupe de presse peut poser la question : « Est-ce que les autres institutions critiques comptent sur

⁶⁵ « Why should a newspaper or broadcaster have an ombudsman? » (ONO, 1999).

⁶⁶ « To save time for publishers and senior editors, or broadcasters and news directors, by channeling complaints and other inquiries to one responsible individual » (ONO, 1999).

⁶⁷ D. Cox était p.-d.-g. du *Cowles Media Co* et président du *Newspaper Association of America*.

leurs p.-d.-g. pour manier tous les détails de toutes les plaintes des consommateurs ? Bien sûr que non⁶⁸».

Dans cet axe de justification sur le besoin de la fonction de médiateur, les agents professionnels ajoutent que la division de travail dans la rédaction occasionne une réception pondérée des réclamations des lecteurs. Par le fait de ne pas être directement concerné par les pratiques professionnelles mises en cause, le médiateur aurait, selon les tenants de la rationalisation des tâches, les conditions idéales pour écouter et pour répondre aux plaintes des lecteurs avec détachement et désintéressement et sans parti pris et passion. Cela garantirait une réception des réclamations plus sage et équilibrée, ce qui contenterait davantage le lecteur. En d'autres mots, le médiateur n'est pas personnellement investi dans la production de l'information parce qu'il « sert d'auditeur actif qui n'a aucune participation directe dans le produit qui est mis en cause⁶⁹ ». A l'opposé des rédacteurs en chef et d'autres membres de la rédaction, le médiateur aurait de la distanciation émotionnelle pour écouter calmement les réclamations des lecteurs, tandis que les rédacteurs en chef, les reporters, les rédacteurs auraient pu le faire avec arrogance et indifférence, voire avec agressivité.

5.5 Les frais symboliques

Si les frais budgétaires soutiennent le répertoire argumentatif contraire à la médiation de presse, d'autres frais assoient l'un des piliers du discours de justification de la médiation. Il s'agit de frais symboliques encourus par l'entreprise de presse et par l'occupant de la fonction. Ce versant du discours de justification vise à contrebalancer les dénonciations d'instrumentalisation de la médiation de presse. De fait, les entreprises de presse ayant fait appel au médiateur de presse doivent apporter les preuves que cette fonction ne porte pas purement sur leurs intérêts symboliques et économiques en démontrant qu'elles supportent d'une certaine manière les poids de la mise en place de la médiation de presse. Dans l'appréhension des dispositifs auxquels les entreprises de presse peuvent recourir pour

⁶⁸ « Do other critical institutions rely on their CEOs to handle all the details of all customer complaints? Of course not » (Cox, 1998).

⁶⁹ « Serves as an active listener who has no direct involvement in the product that is under attack » (Glaser, 1995).

échapper aux dénonciations d'intérêt en ce qui concerne la fonction de médiateur de presse, nous allons nous appuyer sur la notion de « dé-singularisation » élaborée par L. Boltanski (1990a). En l'espèce, la dé-singularisation consiste à établir que la médiation de presse apporte des frais qui sont plus grands que ses avantages. Ainsi, les agents offrent la « garantie de désintéressement ». C'est-à-dire que les agents mettent en scène les sacrifices consentis par les entreprises de presse et par les médiateurs eux-mêmes. Ces sacrifices dépasseraient les gains, de sorte qu'ils deviennent des preuves du désintéressement de la médiation de presse.

5.5.1 Les frais pour l'entreprise

Dans le répertoire argumentatif de la fonction, les autres médias qui n'ont pas eu le « courage⁷⁰ » ou n'ont pas couru le « risque⁷¹ » de créer le poste de médiateur donnent la preuve d'un refus au débat des pratiques professionnelles. A l'opposé, avoir un médiateur, c'est encourir également le risque d'exposer ses faiblesses et de démontrer le manque de compétence professionnelle. D'ailleurs, le rapprochement médiateur de presse et sacrifice figure dans les textes fondateurs de la fonction. Dans le plaidoyer de B. H. Bagdikian pour la création de la médiation, ceux qui accepteraient ce défi étaient qualifiés de « braves propriétaires⁷² », alors qu'aux concertations de l'introduction du poste d'*ombudsman* au *Washington Post*, cette action est aussi caractérisée comme un acte de courage. Ainsi, P. M. Foisie affirmait que « beaucoup d'honneur et de prestige retomberont sur ceux qui ont eu le courage d'y être les pionniers et de travailler sous la discipline supplémentaire que la médiation de presse implique⁷³ ».

Au demeurant, dans la rhétorique professionnelle des médiateurs de presse, la présence du médiateur dans une rédaction n'est jamais totalement agréable ni pour la direction du média, ni pour la rédaction et à l'opposé « peut quelquefois être contraignant⁷⁴ ». C'est par ce « courage » de publier ses propres faiblesses que la médiation de presse esquivait les

⁷⁰ Terme souvent utilisé au *Folha de S. Paulo* pour caractériser les pratiques professionnelles 'osées' de tri et production de l'information.

⁷¹ Terme fréquemment employé par *Le Monde* pour, comme au *Folha de S. Paulo*, se référer à ses choix rédactionnels et éditoriaux.

⁷² « Brave owners » (Bagdikian, 1967, p. 146).

⁷³ « With the staff, I would note that professionally, if it is a just world, much honor and prestige will go to those who have the courage to pioneer in this and to work under the added discipline that an ombudsmanship implies » (Foisie, 1969).

⁷⁴ « Pode às vezes ser constrangedor ». In : M. Leite, « Juventude transviada », *Folha de S. Paulo*, 15/10/1995.

dénonciations d'instrumentalisation et d'intérêts exclusivement marchands dans les motivations d'introduction et de permanence de la fonction dans certaines rédactions, alors qu'elle est absente de la grande majorité. D'autre côté, en affirmant être l'unique gardien des pratiques professionnelles et en se refusant à rendre compte de leurs actions, les médias d'information sans médiateur de presse attesteraient leur incompétence professionnelle, puisqu'ils craindraient d'exposer leurs fautes en place publique. Le sacrifice de l'entreprise de presse tient lieu de preuve pour ce que les intérêts par lesquels elle agit ne sont pas uniquement la recherche de bénéfices économiques. Ces pertes sont alors la preuve du caractère désintéressé de la fonction de médiateur. En fait, il montre que les préjudices causés peuvent être supérieurs aux avantages, ce qui devrait donner à la médiation de presse la qualité d'acte désintéressé.

5.5.2 Les frais personnels

Les dispositifs d'autonomie propre à la fonction de médiateur – l'emplacement des bureaux et la distanciation des activités quotidiennes de la rédaction – mettent les titulaires de la fonction physiquement et symboliquement éloignés des rédactions. Il est éloigné, parce qu'il ne participe pas des actions quotidiennes de la rédaction, mais aussi, et surtout, parce qu'il apprécie le travail des autres journalistes qui sont restés à la rédaction, de sorte qu'il se place dans une position d'observateur des activités professionnelles des journalistes. La distanciation du médiateur et de la rédaction est sujet d'articles sur le médiateur, aussi bien ceux produits par des observateurs extérieurs, comme « Le travail le plus solitaire de la rédaction⁷⁵ », de K. Mckenna (1993) que ceux écrits par un médiateur, comme « La médiation solitaire de l'*ombudsman* de presse »⁷⁶ de M. Mesquita (1998), A. C. Nauman va plus loin. Selon cet ancien secrétaire général de l'ONO et *ombudsman* du quotidien *Sacramento Bee*, être mal-aimé est une exigence pour l'accomplissement des activités du médiateur, de sorte que « le bon médiateur devient rapidement un paria, une figure solitaire dans la rédaction⁷⁷ ».

Les mesures et les mécanismes de l'autonomie de la médiation profilent la représentation paradigmatique de la fonction et, selon quelques agents de cet espace

⁷⁵ « The loneliest job in the newsroom » (Mckenna, 1993).

⁷⁶ Titre de l'article de Mesquita (1993).

⁷⁷ « The good ombudsman soon becomes a pariah, a lonely figure in the newsroom » (Nauman, 1994).

professionnel, classifient les postes de médiateurs de presse selon leur sérieux. Preuve du sérieux de la fonction de médiateur en tant qu'instance de régulation du travail des confrères, cette position d'observateur et d'appréciateur des activités professionnelles des collègues est cause d'affrontement et de disputes au sein de l'entreprise de presse. Ainsi, dans les écrits sur le médiateur de presse, il est souvent rapporté des anecdotes qui mettent en scène l'animosité subie par le médiateur. C. W. Bailey (1990) décrit un scénario d'animosité et de soupçon, et affirme que « ce n'est pas seulement de la paranoïa : les reporters et les rédacteurs ont tendance à regarder un médiateur avec soupçon. [...] Les médiateurs ne sont donc pas bien-aimés dans la rédaction.⁷⁸ ». Pour illustrer ces propos, il raconte qu'au pot de départ d'un médiateur du *Washington Post*, on lui a offert trois gâteaux ornés de « 'Picky' 'Picky' 'Picky' » ('Exigent')⁷⁹.

Dans une enquête de l'ONO sur les activités de travail des médiateurs de presse, réalisée pendant la conférence de 1994, une question concernait la partie la plus stressante de leur travail. La réponse la plus fréquente concerne le prix personnel à payer par les titulaires de la fonction. Parmi les vingt-sept interrogés, sept médiateurs ont retenu la résistance de la rédaction à la reconnaissance des fautes. Six médiateurs ont répondu qu'ils considéraient stressant de passer toute la journée ayant affaire à des critiques et à des réclamations ; et, quatre sondés médiateurs ont désigné le cumul de fonctions. D'autres réponses ont été l'isolement, le manque de popularité parmi les collègues et être contraint à toujours désigner le responsable des fautes relevées par les lecteurs. Après la reproduction de ces données, J. N. de Sa, ombudsman du *Folha de S. Paulo*, conclut qu'« être ombudsman n'est pas exactement facile⁸⁰ ».

5.5.3 Les figures mythologiques

En ce qui concerne le prix personnel à payer et les difficultés de la fonction, les médiateurs sont comparés et se comparent à de figures mythologiques. Dans le magazine

⁷⁸ « It's not just paranoia: Reporters and editors do tend to regard an ombudsman with suspicion. [...] So ombudsmen are not beloved in the newsroom » (Bailey, 1990).

⁷⁹ Outre les réactions de la rédaction, les médiateurs de presse mettent en scène de coûts personnels survenus dans la relation avec les lecteurs, par exemple lorsqu'ils envoient de lettres agressives cataloguant de médiateur de « 'pitoyable', 'débile' ou 'menteur' ». In : T. Ferenczi, « De l'agressivité et du respect mutuel », *Le Monde*, 03/02/1997.

⁸⁰ « Ser ombudsman não é exatamente fácil ». In : J. N. de Sa, « Os meios e os fins », *Folha de S. Paulo*, 07/08/1994.

brésilien *Imprensa*, spécialisé en journalisme, L. A. Maciel trace des similitudes entre le médiateur de presse et Don Quichotte et décrit les médiateurs de presse comme un « intrépide groupe de défenseurs des droits des lecteurs au Brésil, de vrais Dons Quichottes, combattant non pas des problèmes imaginaires, mais de fautes concrètes et importantes.⁸¹ ». Ce personnage de M. de Cervantes est défini par *Le Petit Robert* (1996) comme un « homme généreux et chimérique qui se pose en redresseur de torts, en défenseur des opprimés ». La représentation de l'ombudsman de presse en tant que Don Quichotte n'a pas pourtant été conçue par le magazine *Imprensa*. Elle reprend une image employée au début de la fonction de médiateur de presse. M. Leite, ombudsman du *Folha de S. Paulo*, affirme que « dès l'origine, le médiateur du journal a été toujours associé à cette forme volontaire de donquichottisme⁸² » et il donne comme illustration les mémos échangés entre P. M. Foisie et la direction du *Washington Post*, pendant les discussions de création de la fonction d'ombudsman, en novembre 1969. Au demeurant, dans les textes de P. M. Foisie, le donquichottisme n'est que tacite et concerne les écueils auxquels le médiateur de presse pourra se heurter : « Nous devrions être optimistes. Nous nous blesserons, et nous serons contraints, mais nous devrions supposer, en public comme en privé, que cela travaillera à notre avantage seulement dans la longue durée, parce que nous sommes bons et la majorité de nos lecteurs est impartiale⁸³ ».

Par le personnage de Don Quichotte, les médiateurs procèdent à un rapprochement entre accepter cette fonction et être ingénus. Après avoir participé à sa première conférence de l'ONO, C. T. Costa rapporte aux lecteurs du *Folha de S. Paulo* qu'il s'agit d'« une association d'hommes ingénus⁸⁴ ». Cette expression C. T. Costa la reprend d'un autre associé de l'ONO. Il raconte que « la définition est venue de la réponse à la question – 'Pourquoi vous avez accepté ce poste' – que j'ai fait à l'ombudsman du journal espagnol *El País*, José Miguel Larraya [...]. 'Parce que je suis un ingénu', a-t-il répondu, dans le calme et sans hésitation⁸⁵ ». Dans ce cas de figure, les médiateurs de presse se considèrent eux-mêmes comme des

⁸¹ « Destemido grupo de defensores dos direitos dos leitores no Brasil, verdadeiros quixotes, combatendo não problemas imaginários, mas erros concretos e importantes » (Maciel, 1998).

⁸² « Desde a origem, o ombudsman de jornal sempre esteve associado com essa forma voluntária de quixotismo ». In : M. Leite, « A revolução de 1997 », *Folha de S. Paulo*, 29/12/1996.

⁸³ « We should be optimistic. We will get hurt, and we will be embarrassed, but we should assume, publicly and privately, that this cannot help [but] to work to our advantage in the long-run, because we are good and the weight of our readers are fair-minded » (Foisie, 1969b).

⁸⁴ In : C. T. Costa, « Uma associação de homens ingênuos », *Folha de S. Paulo*, 20/05/1990.

⁸⁵ « A definição veio da resposta à pergunta – 'Por que você aceitou esse cargo?' – feita por mim ao ombudsman do jornal espanhol *El País*, José Miguel Larraya [...]. 'Porque sou um ingénuo', respondeu ele, com calma e sem titubeio » (Costa, 1991, p. 31).

ingénus, puisque seuls les ingénus croient pouvoir combattre les fautes qui se renouvellent à chaque édition du média. Ces traits sont présents dans ces extraits de chroniques de deux ombudsmans du *Folha de S. Paulo* : « Il se peut que [...] le lecteur conclue que celui-ci est encore un ombudsman idéaliste. Mais est-ce qu'un autre type accepterait cette tâche ?⁸⁶ », « 'Pour assumer cette fonction, il est nécessaire d'être quelque peu ingénu', m'a dit Caio Túlio Costa, le premier à occuper le poste au journal. [...] Mais il n'est pas difficile de découvrir ce que Costa veut dire. Au milieu du chemin entre le journal et le lecteur, le médiateur existe pour présenter au premier les fautes et les conduites arbitraires pointées par le deuxième. [...] Nombre de journalistes considèrent que l'imposition [des contraintes horaires au travail journalistique] excuse tout et l'affranchit de donner des explications au public. [...] Quant à vous, lecteur, mon ingénuité est à votre disposition⁸⁷ ».

Don Quichotte n'est pas la seule figure mythologique récupérée par les médiateurs de presse. Le rapprochement du titulaire de cette fonction et de Sisyphé est assez récurrent dans les écrits sur la médiation de presse et les chroniques des médiateurs. Ainsi, ce personnage mythique condamné par les dieux à porter un rocher jusqu'au sommet d'une montagne, à le laisser dévaler, et, à le remonter à nouveau, représente la tâche, la mission interminable. Par analogie, les fautes et les erreurs décelées, et, peut-être, corrigées, réapparaîtront le lendemain, de sorte que le médiateur aura dû recommencer son travail. Dans le journalisme, l'usage de cette figure mythique n'est pas exclusif du médiateur. A. Camus l'employait pour faire état des missions des journalistes. Au Brésil, l'ombudsman du quotidien *O Povo*, Lira Neto a publié, en mars 2001, le livre *A herança de Sísifo. Da arte de carregar pedras como ombudsman na imprensa*⁸⁸, sur son parcours dans la fonction.

Ces deux personnages donnent à la fonction de médiateur une dimension de sacrifice et de désintéressement. En d'autres mots, l'usage de ces figures mythiques devrait signifier que l'on s'investit dans la médiation de presse comme dans une mission et un sacerdoce, malgré les difficultés que l'on va affronter. Ainsi, les agents professionnalistes font valoir que la

⁸⁶ « Pode ser que a essa altura o leitor conclua que este é mais um ombudsman idealista. Mas será se algum outro tipo toparia essa empreitada ? ». In : M. V. Santos, « Manifesto de um novo ombudsman », *Folha de S. Paulo*, 29/09/1991.

⁸⁷ « 'Para assumir essa função, é preciso ser um pouco ingênuo', disse-me Caio Túlio Costa, o primeiro a ocupar o cargo no jornal. [...] Mas não é difícil descobrir o que Costa quer dizer. No meio do caminho entre o jornal e o leitor, o ombudsman existe para apresentar ao primeiro falhas e arbitrariedades apontadas pelo segundo. [...] Muitos jornalistas consideram que essa imposição tudo desculpa e os exime de dar explicações ao público. [...] Quanto a você, leitor, minha ingenuidade está à sua disposição ». In : R. Lo Prete, « A ingenuidade à sua disposição », *Folha de S. Paulo*, 08/03/1998.

⁸⁸ In : Lira Neto (2000) *L'héritage de Sisyphé. De l'art de porter de pierres comme ombudsman dans la presse*. Fortaleza : Democrito Rocha.

fonction de médiateur de presse est une preuve de renoncement, autant pour les entreprises de presse que pour celui qui accepte cette charge. Renoncer soi-même à la participation des activités quotidiennes de la rédaction, alors qu'il faut affronter le prix à payer pour désigner les fautes des collègues. Pour l'entreprise de presse, c'est renoncer aux facilités qu'est d'ignorer les fautes et renoncer à l'arrogance professionnelle.

Un autre trait du discours autoréférentiel de la fonction de médiateur dans les chroniques est celui de ne pas parler des conférences de l'ONO, mais de mettre en scène ses membres. On a affaire aux rapports d'enquêtes qui tracent le profil des médiateurs ou à la définition de cette fonction. On revient toujours à l'association entre *ombudsman* et qualité et à la représentation enchantée du groupe professionnel – en rapprochant les médiateurs de presse de la noble fonction qui est de rendre compte des actes professionnels ; comme dans ces citations : « Partant du supposé que les journaux pourvus d'un ombudsman donnent une attention spéciale à la qualité, j'ai fait une rapide consultation auprès de collègues à l'intérieur et à l'extérieur du Brésil. L'objectif était de découvrir si les pressions du marché affectaient la performance éditoriale de leurs journaux⁸⁹ ».

En somme, les divers principes de justification et de légitimation de la médiation de presse sont amalgamés, se complètent, et s'opposent. Dans la rhétorique professionnelle, les préoccupations civiques entraînent la hausse de la crédibilité, source du maintien et de l'augmentation de l'audience. Le médiateur de presse s'articule entre plusieurs principes – civiques, domestiques, d'opinion, marchands et industriels. L'intérêt marchand, clairement énoncé par certains titulaires de la fonction, ne peut se concrétiser que si l'on met en avant un compromis éthique, qui contient les principes civiques. Certains médiateurs ne négligent pas la dimension marchande de leur fonction et ne la dissimulent pas. En fait, quelques principes de justification diffusée par l'ONO reviennent tel qu'un leitmotiv. La résistance de certains médias à adopter la fonction est associée à des désaccords et à des conflits avec la direction de l'entreprise de presse, parce qu'il s'approprie certaines de ses compétences, et à la rédaction, parce qu'il met individuellement en question les compétences professionnelles de certains journalistes. Eloigné physiquement et symboliquement des confrères dans le but de lui attribuer une autonomie, le médiateur s'investit dans la fonction en échange de forts coûts personnels. Indirectement ou directement impliqués dans leurs critiques, les médias

⁸⁹ « Partindo do suposto que jornais com ombudsman dão atenção especial para a qualidade, fiz uma consulta rápida a colegas dentro e fora do Brasil. O objetivo era descobrir se as pressões do mercado afetavam o desempenho editorial de seus jornais ». In : M. Leite, « Globalização e qualidade », *Folha de S. Paulo*, 03/03/1996.

concurrents peuvent également s'estimer vilipendés, et, en réaction, disqualifier l'intérêt et la portée de la médiation de presse. Ainsi, dans le discours de justification de la fonction de médiateur, les mauvais résultats obtenus ne dérivent pas d'une faiblesse de la médiation elle-même, mais des résistances et des faiblesses d'autres agents.

Dans cette partie de notre travail, nous nous sommes fondamentalement occupé de la modélisation de la fonction de médiateur, à travers la reconstitution de la mise en récit de l'histoire des médiateurs de presse, l'examen des études sur la fonction et les écrits de l'ONO, les mesures pour assurer l'autonomie du médiateur et les arguments de la fonction. Cette présentation de l'histoire, des modèles, des études, des documents élaborés par l'ONO, du dénombrement des mesures et des arguments pour justifier et légitimer la fonction de médiateur de presse étale la sédimentation d'un modèle professionnel dont la figure paradigmatique est l'ombudsman de presse du *Washington Post*, qui exerce un effet de halo sur les autres titulaires de la médiation de presse ou des fonctions analogues. Tout d'abord, l'on peut être tenté d'expliquer cette position dominante par la place occupée par le quotidien *Washington Post* dans l'espace journalistique nord-américain, et par le fait que ce quotidien a désenclavé la médiation de presse de la presse régionale. Il n'en reste pas moins que la configuration mise en place par ce journal répond à toutes les exigences de légitimation. Pourtant, tout au long de ce parcours, nous avons remarqué que la propre distribution thématique de nos chapitres est par trop ajustée à la modélisation de la médiation de presse agencée par l'ONO, et, par voie de conséquence, par son centre précis que serait le médiateur du *Washington Post*.

Au fond, la détermination des points centraux du travail de conviction d'un groupe professionnel et leur reproduction par d'autres lieux est bien fréquente. Ces caractéristiques sont reproductibles dans d'autres situations. Au *Monde* ainsi qu'au *Folha de S. Paulo*, nous pouvons discerner l'équivalence de plusieurs dispositifs d'autonomie de la fonction, aussi bien les statutaires comme les symboliques : la réception et le traitement des critiques des lecteurs ; la publication de la chronique ; le 'mandat' et, par conséquent, le remplacement périodique des titulaires ; l'éloignement physique de la rédaction. Pourtant, même disposant des mêmes dispositifs de légitimation, la fonction se construit autrement, comme nous le verrons dans la prochaine partie. Du reste, cette syntonie entre la modélisation de l'ONO et la conception du médiateur de presse imprègne aussi productions universitaires sur le sujet.

Dans l'ouvrage *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*⁹⁰, H. Aznar, enseignant d'éthique et déontologie du journalisme du CEU San Pablo, en Espagne, accorde un chapitre à l'ombudsman⁹¹. On reconnaît alors un certain mimétisme avec la rhétorique de l'ONO ; en complétant son inventaire avec les informations sur la fonction de médiateur en Espagne, H. Aznar reprend les leitmotivs de l'argumentation de l'ONO : la définition du travail, l'imprécision des attributions, les bénéfices aux lecteurs et aux acteurs de l'actualité, les réactions négatives de la rédaction au contrôle de ses activités professionnelles, les inconvénients, les avantages symboliques (augmentation de la crédibilité, meilleure connaissance du public), l'organisation (rationalisation des tâches de la rédaction) et les gains économiques (augmentation de la fidélité des lecteurs, désamorçage de procédures judiciaires).

⁹⁰ Barcelone : Ariel.

⁹¹ Quelques parties de cet ouvrage ont été reprises dans l'article « El ombudsman, como mecanismo de autorregulación », de la *Revista Latina de Comunicación Social*, auquel nous nous référons.

Deuxième partie

LA MEDIATION DE PRESSE AU *FOLHA DE S. PAULO* ET AU *MONDE*

Cette partie sera consacrée à examiner la manière selon laquelle les médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* construisent leur compétence en tant que groupe professionnel et modélisent leurs fonctions. Bien qu'ils revendiquent des racines communes et partagent quelques dispositifs – des sources d'inspiration identiques, des titres analogues, l'adhésion à la même association professionnelle – l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* et le médiateur du *Monde* ont des manières différentes d'appréhender leurs attributions, de concevoir leurs rôles et de mettre en pratique la médiation de presse. Dans leurs chroniques, les communications des lecteurs et l'appréciation des pratiques professionnelles ne sont donc pas également agencées. Issus de traditions journalistiques distinctes et installés dans deux entreprises de presse spécifiques, les conceptions de la mission, les dispositifs statutaires, la détermination des attributions, les choix thématiques et argumentaires des chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* et du médiateur du *Monde* sont disparates.

Cette disparité s'est révélée dès les premiers instants de la mise en place de ces deux postes de médiateurs de presse, comme depuis les premiers écrits de présentation et les premières chroniques des premiers titulaires. En l'espèce, au *Folha de S. Paulo* et au *Monde*, les titres des chroniques inaugurales peuvent servir de paramètres fiables pour mesurer des différences définitionnelles – initiales ou durables – et les piliers sur lesquels reposent la rhétorique de justification et de légitimation de la fonction de médiateur de presse. Ces intitulés traduisent la diversité d'objets, d'intérêts, d'enjeux et d'ambitions de ces deux postes. Au *Folha de S. Paulo*, à travers le titre « Quand quelqu'un est payé pour défendre le lecteur¹ », la fonction d'*ombudsman* signifie la représentation du lecteur – au travers d'une rétribution pécuniaire – au sein de la rédaction tandis que pour le médiateur du *Monde*, il s'agit de renforcer les liens, de consolider « l'échange² » entre la rédaction et les lecteurs.

¹ In : C. T. Costa, « Quando alguém é pago para defender o leitor » (« Quand quelqu'un est payé pour défendre le lecteur »), *Folha de S. Paulo*, 24/09/1989.

² In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

Rhétorique de légitimation des pratiques professionnelles

Au fil des chroniques des médiateurs de presse se profilent diverses rhétoriques de légitimation des pratiques professionnelles et des critères de sélection des informations, des opinions, d'un article et/ou d'une illustration. Pour apprécier le travail journalistique, le médiateur de presse peut s'arrêter sur divers angles d'approche – les méthodes de collecte d'information sur le terrain, le statut professionnel des journalistes, l'autonomie de l'espace journalistique vis-à-vis de l'espace politique et de l'espace économique, l'écriture journalistique comme facteur de clivage hiérarchique des rédactions, la défense de l'intérêt public, l'esthétique de la mise en pages et la différenciation de la concurrence. L'appréciation du traitement de l'information exécutée par le médiateur de presse implique également la production de classes d'équivalences des pratiques professionnelles. Par la détermination des attitudes professionnelles qui seraient légitimes et des choix rédactionnels adéquats, le médiateur met en normes les pratiques professionnelles et déploie un discours de reconnaissance de certaines pratiques, aux dépens d'autres.

Deux régimes de corpus

Lors de l'examen des chroniques des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde*, nous nous sommes confrontée à une dissemblance sur la durée de l'introduction de cette fonction et, par conséquent, sur la publication des textes signés par ses titulaires. De fait, chez le *Folha de S. Paulo*, la nomination du premier ombudsman a eu lieu en septembre 1989, alors qu'au *Monde*, la médiation débute en avril 1994. Cet écart a des incidences immédiates sur la quantité de chroniques. De septembre 1989 à juin 1999, les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* ont produit 466 chroniques. Dans la période d'avril 1994 à juin 1999, *Le Monde* a publié 195 chroniques dans la rubrique des médiateurs. Du reste, aux disparités temporelles qui établissent une différence de 271 chroniques, s'ajoutent les différences spatiales. La maquette de l'édition dominicale du *Folha de S. Paulo* installe normalement la chronique de l'ombudsman sur une demi-page du format standard, ce qui équivaut à 739,5 cm². La chronique du médiateur du *Monde*, dont la mise en pages a été bien fluctuante au fil des

maquettes, occupe tout au plus un quart d'une page format tabloïd, si bien que la chronique la plus étendue contenait 525 cm².

Au demeurant, le statut de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* impose la publication hebdomadaire de la chronique. En dehors des congés annuels des titulaires de la fonction, la parution hebdomadaire des textes de l'*ombudsman* est régulièrement observée et la chronique n'a été qu'exceptionnellement absente³, comme lors de voyages à l'étranger. D'ailleurs, en 1990, les chroniques de l'*ombudsman* de ce quotidien ont été scrupuleusement publiées tous les dimanches. Ainsi, le *Folha* a publié 15 chroniques en 1989 ; 52, en 1990 ; 48, en 1991 ; 46, en 1992 ; 51, en 1993 ; 50, en 1994 ; 49, en 1995 ; 48, en 1996 ; 44, en 1997 ; 42, en 1998 ; et 21, de janvier à juin 1999. Sans avoir mis en place un statut fixant la périodicité des chroniques du titulaire de la fonction, la fréquence de publication des textes des médiateurs du *Monde* est plus irrégulière et le repos annuel, toujours au moment des grandes vacances est variable. Chez le médiateur du *Monde*, on dénombre 33 chroniques, en 1994⁴ ; 39, en 1995 ; 17, en 1996 ; 47, en 1997 ; 43, en 1998, et 16, au premier semestre 1999.

Pour parer à cette dissemblance temporelle et spatiale, nous nous sommes donc efforcés de composer un corpus disposant d'une certaine uniformité et nous avons opté pour retenir un intervalle de temps presque semblable, quoique la différence spatiale persiste. Le corpus sera composé des chroniques de médiateurs de presse de deux quotidiens parues de janvier 1994 à juin 1999. Nous aurons alors les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* publiées du début janvier 1994 à juin 1999 et celles des médiateurs du *Monde* sorties à partir d'avril 1994 – date de l'introduction de la fonction – jusqu'à la fin juin 1999. Au *Folha de S. Paulo*, les chroniques ont été signées par J. N. de Sa, M. Leite, M. V. Santos et R. Lo Prete et totalisent 254 textes. Au *Monde*, les titulaires de la fonction de médiateur et auteurs de cent quatre-vingt-quinze (195) chroniques examinées, ont été tour à tour A. Laurens, T. Ferenczi et R. Solé. Cela donne un solde créditeur de trois mois et 69 chroniques en faveur du *Folha de S. Paulo*. En fait, les chroniques de l'*ombudsman* s'élèvent à environ 1,3 million de caractères et celles du médiateur font presque 655 mille caractères. Les chroniques antérieures à la période retenue, dans le cas du *Folha de S. Paulo*, et celles ultérieures, englobant les deux quotidiens, se sont pas définitivement écartés. L'examen méticuleux s'est limité au corpus, alors que les autres chroniques, en cas de passage exemplaire, pourront quand bien même être citées.

³ L'absence de la chronique de l'*ombudsman* dans son emplacement habituel est normalement signalée et quelquefois accompagnée des explications. Par exemple, le 12/01/1992, on retrouve le communiqué « Aujourd'hui, la *Folha* ne publie exceptionnellement pas le chronique de l'*ombudsman*, en raison d'un voyage » (« Hoje, excepcionalmente, a *Folha* não publica a coluna do ombudsman por motivo de viagem »).

⁴ D'avril à décembre.

Les chapitres 6 et 7, introductifs, correspondant respectivement aux médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* proprement dits, auront l'ambition de mettre en contexte les deux fonctions de médiateurs de presse. Pour cela, nous allons indiquer l'historique – la date d'introduction et d'alternance des titulaires, le contexte d'introduction de la fonction, le parcours des quotidiens dans les espaces journalistiques brésilien et français –, les discours de légitimation et de justification de la fonction – la motivation, la mission, le statut, les sources d'inspiration, le processus de médiation. La maquette des chroniques – la taille, l'emplacement, la titraille, l'encadré, les illustrations – et les entours – les rubriques, les éditoriaux, les annonces publicitaires – et les activités professionnelles de ces deux postes de médiateur de presse seront passées en revue aux chapitres 8 et 9. Les chapitres 10 et 11 seront consacrés à l'examen des modalités d'insertion des communications des lecteurs et des critères d'appréciation et de justification des pratiques professionnelles des journalistes déployés par les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* et par les médiateurs du *Monde*. Pour clôturer cette deuxième partie, nous nous intéresserons, au chapitre 12, à mettre en regard, à partir d'une analyse comparative, leurs modalités respectives d'insertion du lecteur et leurs critères de jugement des pratiques professionnelles journalistiques.

6 L'ombudsman au *Folha de S. Paulo* : la critique des médias et les réclamations des lecteurs

Au commencement d'août 1994, l'édition dominicale du *Folha de S. Paulo* atteint le tirage d'un million d'exemplaires, ce que l'ombudsman J. N. de Sa célèbre comme un « record mythique de diffusion¹ »². En 1997, le *Folha de S. Paulo* se donnait pour objectif d'« organiser l'expérience récente et [de] donner les perspectives du journalisme brésilien dans l'avenir ». Par ce tirage, le quotidien devient, selon la formule créée à l'occasion et reprise dans ces pages « le plus grand journal du pays³ ». En décembre de la même année, des annonces publicitaires du journal invitent le lecteur à choisir son nouveau slogan entre trois options présélectionnées par le *Folha* : 'Le plus grand journal de l'Hémisphère' ; 'Le troisième plus grand journal des Amériques' ; 'Le troisième plus grand journal de l'Occident'⁴ ». Ces anecdotes de conquête d'un tirage exceptionnel et d'autoproclamation d'une prépondérance absolue au Brésil, d'une place prestigieuse sur le globe terrestre et l'autoproclamation en tant que guide de la presse brésilienne concourent à l'établissement de la carte d'identité du *Folha de S. Paulo*, dans laquelle la fonction d'ombudsman est un

¹ « Lendário recorde de circulação ». In : J. N. de Sa, « *Folha, Folhã, milhão* », *Folha de S. Paulo*, 14/08/1994.

² Dans les textes de l'ombudsman, on discerne une mise en équivalence de 'tirage' et de 'diffusion'. En fait, le tirage – « nombre d'exemplaires sortis des presses » – est toujours supérieur à la diffusion – « produit de l'audience effective par le nombre de personnes atteintes » – qui prend en compte les pertes d'impression et de pliage et les invendus (Voyenne, 1979).

³ « Maior jornal do país ». In : J. N. de Sa, « *Folha, Folhã, milhão* », *Folha de S. Paulo*, 14/08/1994.

⁴ « 'O maior jornal do Hemisfério' ; 'O 3º maior jornal das Américas' ; 'O 3º maior jornal do Ocidente' ». In : M. Leite, « De rabo preso com o leitor », *Folha de S. Paulo*, 04/12/1994.

élément important. Ainsi, préalablement au cadrage des conditions d'implantation de la fonction et de l'évolution de la médiation de presse au *Folha de S. Paulo*, nous allons dimensionner l'histoire et les caractéristiques du journal qui ont permis et ont servi d'arrière-plan à la création du poste d'*ombudsman*.

6.1 Les 'innovations' du *Folha de S. Paulo*

Les membres de la direction de la rédaction du *Folha de S. Paulo* pendant cet accroissement du tirage mettent souvent en rapport l'élévation du nombre d'exemplaires et les changements intervenus dans l'entreprise de presse, changements dont ils étaient les instigateurs. Ces mêmes agents rapprochent ces changements de l'innovation, signe de passage d'une époque à l'autre et de profonds bouleversements, intervenue dans le journalisme brésilien. Ces changements ont pris la forme d'un ensemble de mesures codifiées dans des documents à diffusion interne et externe qui a, à partir de la première moitié des années 1980, remanié les structures rédactionnelles et administratives du journal, et est communément désigné par ses producteurs et ses protagonistes comme 'Projeto Folha'. En fait, il s'agissait de mesures de reconversion de l'organisation administrative, commerciale et de diffusion, de changements de normes rédactionnelles et de la systématisation de certaines méthodes du travail journalistique mis en place par la direction de l'entreprise, ceci dans l'ambition de faire appliquer les « théories de gestion et de planification des entreprises étasuniennes (journalistiques ou non) pour tenter d'augmenter les niveaux d'efficace de sa rédaction⁵ ». Autrement dit, les mesures s'ancraient dans des techniques de management et ont été imposées à tous les départements de l'entreprise de presse pour remanier la gestion managériale et réorganiser le travail au sein de la rédaction. En 1997, dans le récit mis en circulation par le *Folha de S. Paulo*, ces changements ont signifié la « transformation des principes qui ont renouvelé le journalisme du *Folha* en 'patrimoine collectif'⁶ ». Pourtant, au moment du lancement des premières mesures, l'objectif était de « faire du *Folha* le principal

⁵ « Teorias de administração e planejamento das empresas americanas (jornalísticas ou não) para tentar aumentar os níveis de eficiência da sua redação » (Lins da Silva, 1991, p. 142).

⁶ « Transformação dos princípios que renovaram o jornalismo da *Folha* em 'patrimônio coletivo' ». In : « Projeto editorial da *Folha de S. Paulo* », *Folha de S. Paulo*, 17/08/1997.

journal du pays⁷ » et, par la suite, de devenir le « quotidien de plus grande influence et de plus large diffusion⁸ » du Brésil.

Les mesures se sont accompagnées d'un puissant effort argumentatif émanant d'actions, de dispositifs et de discours, produisant et renforçant la valeur de ces changements, ainsi que la publication d'un manuel de rédaction et de style contenant l'organigramme de l'entreprise, les règles déontologiques et les normes d'écriture, l'organisation de séminaires internes de formation continue et de forums sur l'espace journalistique, l'implantation de programmes de réduction de fautes (notamment celles de frappe, de langue et stylistiques), l'attribution de prix de journalisme aux reportages publiés par le journal, l'organisation de programmes de *training* avec des étudiants en dernière année de formation et de jeunes diplômés en journalisme, les procédures de certification (TQC – Contrôle de Qualité Totale – et ISO-9000), le renforcement du marketing. En somme, tout cela se réfère à un programme de restructuration organisationnelle mis en place par la direction et présenté comme innovant dans l'espace journalistique brésilien, dont l'ombudsman est l'un des dispositifs.

Au *Folha*, suivant la périodisation de l'histoire du *Folha de S. Paulo* établie par ses propres personnages ainsi que par des historiens commandités par l'entreprise elle-même, les changements s'ébauchent dès 1974 et s'emballent en 1984, date qui concorde avec l'arrivée de O. Frias Filho à la direction de la rédaction du journal⁹. Selon ces récits, O. Frias Filho est aussi celui qui personnifie le mieux les changements. Le premier *ombudsman* du quotidien, C. T. Costa retrace que « c'était Frias Filho [...] qui a donné les normes du projet libéral, ayant pour objectif de garantir la confiance du lecteur non pas seulement par l'éclat de l'opinion, mais aussi par la qualité de l'information. En bref, les objectifs se résument à la production d'un journalisme critique, moderniste, pluraliste et non partisan » (Costa, 1991, p. 158). A l'extérieur du groupe *Folha*, le rôle de précurseur du *Folha de S. Paulo* - soit dans le contenu rédactionnel, soit dans l'organisation de l'entreprise, soit dans les relations de travail – se présente comme un fait, quelquefois incontestable. M. C. Chaparro¹⁰ affirme que le *Folha de S. Paulo* « est devenu le paradigme le plus copié du journalisme brésilien, dans les années

⁷ « 'Fazer da *Folha* o principal jornal do país' » (« 'A *Folha* depois da campanha diretas-já' », *Folha de S. Paulo*, ronéotypé, 1984).

⁸ « Diário de maior influência e circulação no Brasil » (*Novo Manual da Redação*, 1992).

⁹ O. Frias Filho travaillait dans l'entreprise depuis 1974, où il remplissait les fonctions de secrétaire du conseil éditorial de journal, charge encore sous sa responsabilité, et secondait le secrétaire de rédaction.

¹⁰ Chercheur en communication et enseignant à l'Université de São Paulo.

1980¹¹ », alors que J. C. Ribeiro classe ce quotidien parmi les « premiers à s'organiser comme entreprise, au Brésil¹² ».

6.2 L'histoire du *Folha* : faire peau neuve

Néanmoins, il est opportun de ne pas restreindre la trajectoire du *Folha de S. Paulo* dans l'espace journalistique brésilien au 'Projeto Folha' et aux changements intervenus à partir de la moitié des années 1980. La mise en perspective de l'histoire du quotidien dans une durée plus longue permet d'échapper à un récit où les actions sont résultantes d'une rupture produite par certains agents, suivie d'un mouvement linéaire. Et ce au détriment d'une contextualisation plus ample qui prend en compte le passage d'une époque à l'autre, avec des moments de stabilisation et de déstabilisation. En plus, la limitation temporelle aux dernières décennies peut signifier l'étouffement d'un passé moins glorieux et, en quelque sorte, contredisant les principes scandés par le 'Projeto Folha'. L'histoire du groupe de presse *Folha da Manhã S/A*, propriétaire du *Folha de S. Paulo*, est composée d'épisodes à rebondissements, avec trois changements de propriétaires, avec plusieurs fusions de titres. Le *Folha* a été un journal de journalistes, puis a pris une ligne éditoriale de soutien au secteur agricole, et ensuite, s'est tourné vers les classes moyennes urbaines. En plus, ce quotidien a éprouvé des moments de retrait éditorial et de position éditorial plate, passant par des épisodes de neutralité. Il est aussi passé par des moments de campagnes politiques et idéologiques et ensuite est revenu à une neutralité autoproclamée. Selon C. E. Lins da Silva¹³, l'une des figures de proue du 'Projeto Folha', le *Folha* est dépourvu d'une « biographie linéaire », au contraire des autres quotidiens nationaux d'information politique et générale brésiliens qui, dès leurs créations et au fil des décennies, ont appartenu aux mêmes familles et ont davantage disposé d'une cohérence éditoriale.

¹¹ « Tornou-se o paradigma mais copiado do jornalismo brasileiro, nos anos 80 » (Chaparro, 1994, p. 88).

¹² « Um dos primeiros a se organizar como empresa no Brasil » (Ribeiro, 1994, p. 55).

¹³ Ce journaliste a été, dans les années 1980, en tant que secrétaire de production du *Folha de S. Paulo*. Ancien enseignant à l'Ecole de Communications et Arts, de l'Université de São Paulo, il est l'auteur d'ouvrages sur la réception du 'Jornal Nacional' – le journal télévisé de vingt heures du Réseau Globo – dans de deux communes ouvrières, sur l'influence nord-américaine dans le journalisme brésilien et sur l'implantation du 'Projeto Folha'.

L'histoire du groupe de presse *Folha da Manhã* commence en 1921, lorsque le groupe de presse *O Estado de S. Paulo* a interrompu la publication de son quotidien du soir, *l'Estadinho* et a maintenu le quotidien homonyme au nom du groupe. À la perte d'une partie de leur rémunération, O. Costa et P. Cunha, deux journalistes de cette entreprise ont, tout en restant employés de *O Estado de S. Paulo*, décidé de créer un quotidien du soir et ont fait un accord avec A. de Salles Oliveira, directeur de *O Estado de S. Paulo* ; ils ont obtenu l'autorisation de faire imprimer le nouveau journal, le *Folha da Noite*, chez *Estado*, pendant un mois. En cas d'échec de l'entreprise, le *Folha da Noite* serait sabordé et la dette serait remboursée par leurs salaires. L'affaire a réussi, le crédit a été payé et les deux journalistes ont pu poursuivre leur quotidien du soir, alors qu'ils ont conservé leurs emplois chez *l'Estado*, un quotidien du matin. Les bons résultats du *Folha da Noite* ont été prolongé, en 1925, par le lancement d'un quotidien du matin le *Folha da Manhã*. En 1949, après deux changements de propriétaires, la première édition du *Folha da Noite* devient un autre journal, sous le titre de *Folha da Tarde*. En 1960, les trois titres – le quotidien du matin, celui de l'après-midi et le troisième du soir – ont fusionné ; le *Folha da Manhã*, le *Folha da Tarde* et le *Folha da Noite* ont fait place au *Folha de S. Paulo* 1^{ère}, 2^{ème} et 3^{ème} éditions. En 1962, l'édition du soir disparaît. Le *Folha da Tarde* a été relancé en 1967 et a disparu en 1999.

À l'occasion de la commémoration des soixante ans du journal, C. G. Mota et M. H. Capelato (1980) ont été désignés par le *Folha de S. Paulo* pour écrire l'histoire du *Folha de S. Paulo*. Ils ont tracé un historique fondé sur une périodisation qui coïncide avec les changements de propriétaires. Cette mise en récit de l'histoire du *Folha*, constituée de quatre étapes qui concordent avec les compositions et les recompositions de l'actionnariat, est très problématique puisqu'elle gomme les spécificités du champ journalistique brésilien et sous-estime l'action d'agents autres que les propriétaires du journal. Dans leur ouvrage, la première phase, celle de 1921–1930, le moment où les propriétaires étaient les journalistes O. Costa et P. Cunha, est marquée par l'urbanisme. En 1931, le remplacement des actionnaires inaugure une nouvelle phase qui va jusqu'au prochain changement de propriétaire en 1945 ; sous la direction de O. Alves de Lima, le journal en vient à appuyer des intérêts agraires. La troisième phase, que ces auteurs désignent par « journalisme moderne », dure de 1945 à 1962 et débute lorsque J. N. Ramos acquiert les titres. Pour les deux historiens, en 1962, le dernier rachat est rapidement accompagné d'une « révolution technologique ». Les nouveaux propriétaires, O. Frias et C. Caldeira Filho, prennent d'abord des mesures visant à renforcer la distribution et se rétablir financièrement. À partir de 1967, l'entreprise se consacre au renouvellement de

l'imprimerie. A partir de 1974, le *Folha de S. Paulo* met en place un projet politico-culturel pour la rédaction.

L'implantation de ce projet politico-culturel inauguré en plein milieu des années de plomb¹⁴, n'est pas trop linéaire. M. Chaparro (1994) distingue un contenu rédactionnel oscillant : en 1975, le *Folha* ouvre un large espace à l'opinion ; en septembre 1977, il « redevient un journal commun, recroquevillé, apparemment peureux » marqué par le licenciement de journalistes qui ont affronté les militaires et la disparition des rubriques d'opinion. Pendant cette période le journal accomplit sa recapitalisation, de manière que M. Chaparro y discerne un « recul tactique », une « attitude de survie ». Le groupe de presse jongle aussi avec la position éditorial de ses titres ; plus qu'une segmentation de catégories socio-économiques et une alternance d'horaires de parution, le *Folha de S. Paulo* et le *Folha da Tarde* pouvaient avoir des lignes politiques distinctes. Alors que l'un penchait davantage à gauche, l'autre s'inclinait à droite, pour ensuite osciller au sein des lignes éditoriales.

6.3 Le récit des changements

Les phases de la restructuration organisationnelle ont été ponctuées, entre 1981 et 1988, par l'élaboration de documents contenant les changements, d'abord distribués seulement à la rédaction, et ensuite publiés dans le journal. Ils ont été intitulés « *A Folha e alguns passos que é preciso dar* » (« *Le Folha et quelques pas qu'il est nécessaire de faire* »), en 1981 ; « *A Folha depois da campanha diretas-já* » (« *Le Folha après la campagne diretas-já*¹⁵ ») et les projets éditoriaux de 1985–1986, 1986–1987, 1988–1989 et 1997. Les manuels de style et de rédaction du *Folha*, dont le *Manual Geral da Redação Folha de S. Paulo*, édité en 1984 et 1987, le *Novo Manual da Redação*, sorti en 1992, et le *Novo Manual da Redação*, de 2001, apportent des fragments des documents qui leur sont contemporains.

Les documents à diffusion externe et les articles autoréférentiels du *Folha* qui participent à la reconstitution historique de 'Projeto Folha' réduisent la restructuration

¹⁴ Le régime d'exception a débuté en 1964.

¹⁵ Ce terme désigne les manifestations publiques sollicitant, au lieu de la votation par le Congrès, la réalisation d'élections présidentielles en 1984.

organisationnelle de l'entreprise au « modèle journalistique proposé à ce moment crucial¹⁶ » ou aux « standards éditoriaux préconisés dans le *Novo Manual da Redação*¹⁷ » synthétisés par les devises qui parlent de faire un journalisme « critique, pluraliste, non partisan et moderne¹⁸ ». Pourtant, pendant la mise en chantier du 'Projeto Folha', les bâtisseurs de ces projets éditoriaux se propageaient en efforts argumentaires relevant des principes économiques en les intégrant aux devises du journal : « Le *Folha* considère les idées et les faits comme des marchandises qui doivent être traitées avec une rigueur technique¹⁹ » et « en tant qu'entreprise, le *Folha* s'enracine dans les forces du marché²⁰ ». Ainsi, le *Folha* revendique d'avoir été le premier journal brésilien à transformer, au travers d'un traitement technique, les informations en marchandises. Il s'agit, en fait, d'une objectivation de l'information, qui signale la presse d'abord en tant qu'entreprise ayant pour finalité de fabriquer un bien de consommation, organisée selon une division rigide du travail. Le journal en tant que bien symbolique n'est pourtant pas renié, mais il est d'abord considéré comme un bien de consommation qui doit satisfaire l'acheteur.

6.3.1 Le traitement technique des informations

Les dispositifs qui ont guidé à la restructuration de la rédaction s'appuient sur la séparation entre l'information et l'opinion, c'est-à-dire sur la division du journal en textes ou en rubriques considérés relevant de la pure information et ceux considérés relevant d'une opinion. Cela se traduit dans l'exigence de bannir des rubriques d'information toute opinion et tout parti pris des journalistes. Les copies rapportant les analyses, les commentaires et les interprétations signées par des reporters, des rédacteurs, des rédacteurs en chef, des chroniqueurs ou des collaborateurs extérieurs reçoivent une mise en pages souvent valorisante et distincte de celle des textes d'information. Ce sont des principes généraux que les organes de presse écrite dits pluralistes affirment mettre en application. La restructuration de la rédaction englobait aussi une stricte mise en norme de l'écriture journalistique, à savoir : la

¹⁶ « Modelo jornalístico proposto naquele momento crucial ». In : « Projeto editorial da *Folha de S. Paulo* », *Folha de S. Paulo*, 17/08/1997.

¹⁷ « Padrões editoriais preconizados no Novo Manual da redação ». In : « Curso da *Folha* vai dar ênfase às reportagens investigativas » (« Cours du *Folha* va mettre en évidence les reportages d'investigation »), *Folha de S. Paulo*, 25/05/1997.

¹⁸ « Um jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno »

¹⁹ « A *Folha* considera notícias e idéias como mercadorias a serem tratadas com rigor técnico » (*Novo Manual da Redação*, 1992).

²⁰ « Como empresa, o jornal se enraíza nas forças de mercado » (*Novo Manual da Redação*, 1992).

fixation de standards de textes journalistiques, dans lesquels sont stipulés l'ordonnement de la présentation de l'information, de la taille et du lexique. Dans les éditions du manuel de style et de rédaction du *Folha*, la production de cet ensemble de techniques et de normes se justifient par la codification et l'uniformisation de l'écriture de presse qui conduiraient à unifier, à enlever les marques de subjectivité et à mettre de la rigueur et de la scientificité dans le texte journalistique.

Le manuel de style et de rédaction du journal procède à l'uniformisation de l'écriture, comme l'usage de pronoms de traitement, la graphie de mots étrangers et l'établissement d'une liste de mots exclus, etc. En ce qui concerne les règles d'écriture, dans le *Manual Geral da Redação* (1984 et 1987), la taille et l'agencement des divisions d'un article d'information, comme les phrases, les paragraphes et la copie, sont étroitement fixés. Par exemple, le lead doit ordinairement avoir cinq lignes et, en tout cas, il ne doit ne pas dépasser les huit lignes. Pour effacer les traces de la subjectivité du rédacteur, les préceptes recouvrent le contenu du texte, tel que l'exclusion des adjectifs épithètes. A la place d'un adjectif ou d'un jugement de valeur, le rédacteur doit décrire ce qu'il a vu. Une illustration apportée par le manuel est la qualification d'un pont ; au lieu d'affirmer qu'un pont est étroit, le journaliste doit informer le lecteur qu'il a 75 centimètres. Par la précision numérique, le journal donne au lecteur la capacité de juger la réalité. Cette « rage numérique » ou cette « quantification de la qualité » (Barthes, 1957) se poursuit dans l'exigence d'inclure des informations comme l'heure et la localisation géographique de l'événement et l'âge des personnages : « Dans chaque texte qui a des nouvelles, informez l'horaire du fait rapporté²¹ » ; « Dans le *Folha*, chaque texte doit situer le lieu où est survenu le fait rapporté²² » ; « Le *Folha* renseigne toujours sur l'âge des personnages actifs ou prépondérants prenant part à l'information²³ ».

6.3.2 Le 'Projeto Folha' et ses journalistes

Les modifications de la structure administrative de l'entreprise et les changements du contenu rédactionnel, du 'Projeto Folha' sont concomitantes de la fixation de l'ordonnement hiérarchique de la rédaction qui accompagneraient les dispositions pour

²¹ « Informe em todo texto noticioso o horário do fato relatado ».

²² « Na *Folha*, todo texto deve situar o local em que o fato noticiado ocorreu » (*Novo Manual da Redação*, 1992).

²³ « A *Folha* sempre informa a idade de personagens ativos ou preponderantes da notícia » (*Novo Manual da Redação*, 1992).

« rationaliser, formaliser et normaliser la production éditoriale » (Ribeiro, 1994, p. 68). Cet ensemble de mesures a été un facteur de désagrégation du groupe professionnel et a provoqué des critiques féroces de la part des membres de la rédaction, des structures de formation en journalisme et des syndicats de journalistes. M. C. Chaparro fait ressortir l'autoritarisme des mesures de codification des normes rédactionnelles et des pratiques journalistiques qui devaient être impérativement observées par la rédaction du titre. Les deux premières éditions du *Manual Geral da Redação* (1984 et 1987) sont désignées comme un « régiment disciplinaire, institutionnalisant, dans les relations humaines et dans le processus productif, un pouvoir bureaucratique rigidement hiérarchisé » (Chaparro, 1994, p. 88), tandis que J. C. Ribeiro raconte que « dans le *FSP* se sont succédées des années d'intense crispation. Un climat inédit de terreur a commencé à régner, qui affectait toute la *masse* de même que les propres hiérarques » (Ribeiro, 1994, p. 65). Les promoteurs du 'Projeto Folha' ne cachent pas la pertinence des constatations de ces observateurs en avouant son versant autoritaire. Selon O. Frias Filho, on a donc trait à « certain modèle monté par le fer et par le feu dans le *Folha*, dans la deuxième moitié des années 1980, qui est adopté comme standard fondamental aux années 1990 » (Ribeiro, 1994, p. 65).

L'établissement d'un pouvoir bureaucratique hiérarchisé dont parle M. C. Chaparro, et le modèle monté par le fer et par le feu, retracé par O. Frias Filho, se définissaient tout particulièrement par la séparation de la chaîne de subordination et la détermination des obligations et les devoirs de chaque membre de la rédaction. En plus, il était envisagé de centraliser la prise de décision de certains actes professionnels, notamment ceux de mise en forme, qui nécessitaient l'autorisation du secrétariat de la rédaction. Les relations de pouvoir étant façonnées, la rédaction pratiquement renouvelée et les changements absorbés par ses acteurs, la troisième version du manuel adoucit – *Novo Manual da Folha* (1992) – cette propension autoritaire et bureaucratique. Il en reste néanmoins quelques débris, comme la formalisation de l'évaluation des compétences professionnelles des journalistes, ancrée dans des dispositions techniques et culturelles et dans le degré d'identification au projet éditorial du journal. Nous avons extrait certains passages significatifs :

« Censure – Le *Folha* écarte et condamne publiquement toute sorte d'ingérence du pouvoir de l'Etat sur l'activité intellectuelle. Lutter contre la censure, dans toutes les formes qu'elle assume, est l'obligation de chaque journaliste du *Folha*.

La tâche d'édition exercée par les responsables des médias n'est pas considérée comme une censure²⁴ » ;

« Evaluation professionnelle – Le journaliste du *Folha* qui n'occupe pas de fonction de direction est formellement évalué chaque mois par l'ensemble de ses supérieurs. Les critères sont les suivants : la maîtrise du langage, l'empressement, la fiabilité technique, l'exactitude, la rapidité, le sens critique, la discipline, la formation culturelle, la concision, l'initiative, la créativité et l'identification au projet éditorial.

Le journaliste doit être informé de son évaluation et a le droit de la discuter avec ses supérieurs. L'information est faite de manière confidentielle.

Sur la base de l'historique de l'évaluation, sont faites les promotions salariales ou de fonction²⁵ ».

La discipline, l'empressement, la concision, l'assimilation au projet éditorial du *Folha* sont donc des exigences de l'ascension professionnelle dans l'entreprise. Il ne suffit pas de faire preuve de compétence technique et intellectuelle. Il faut témoigner de son identification au projet éditorial et adhérer au modèle journalistique adopté par l'entreprise. Ceux qui ne communièrent avec le concept journalistique sont exclus des promotions et des postes de direction, voire licenciés. En fait, l'adhésion à ces règles n'a pas été le lot commun de tous les journalistes du *Folha*. Le 'Projeto Folha' a eu pour coût le déclassement en terme de compétences professionnelles de nombreux journalistes et la perte de son emploi à une bonne part de la rédaction. Face à la restructuration organisationnelle imposée par la direction de l'entreprise, la réaction des journalistes a été de rejeter, pour une majorité d'entre eux, et d'adhérer, pour le restant. L'option prise par la direction a pourtant été l'éviction de ceux qui se ne remplissaient pas le profil recherché. Ainsi, le document interne « A *Folha* depois da campanha diretas-já » préconisait le licenciement des journalistes « dont la qualification professionnelle n'est pas à la hauteur des exigences du Projet du *Folha* [...] Il y a pas le temps ni les conditions matérielles pour les redresser et les préparer adéquatement, ils devront être remplacés²⁶ ». En conséquence, de mai 1984 à février 1987, on dénombre 474 licenciements, dans une rédaction de 360 journalistes. L'addition des embauches et les renvois totalise 948,

²⁴ « A *Folha* repele e condena publicamente qualquer tipo de ingerência do poder do Estado sobre a atividade intelectual. Lutar contra a censura, em qualquer forma que assuma, é obrigação de todo jornalista da *Folha*. Não se considera censura a tarefa de editar exercida pelos responsáveis por meios de comunicação » (*Novo Manual da Redação*, 1992)

²⁵ « Avaliação profissional — O jornalista da *Folha* que não ocupe cargo de confiança é avaliado formalmente a cada mês pelo conjunto de seus superiores. Os critérios são os seguintes: domínio da linguagem, empenho, confiabilidade técnica, exatidão, rapidez, senso crítico, disciplina, formação cultural, concisão, iniciativa, criatividade e identificação com o projeto editorial. O jornalista deve sempre ser comunicado de sua avaliação e tem o direito de discuti-la com seus superiores. A comunicação é feita em caráter reservado. Com base no histórico da avaliação são feitas promoções salariais ou de função » (*Novo Manual da Redação*, 1992).

²⁶ In : « A *Folha* depois da campanha diretas-já » (cité par Ribeiro, 1994, p. 66).

ce qui donne une moyenne en terme de licenciement d'une personne chaque 2,1 jours (Lins da Silva, 1988, p. 156). Des conséquences de ce renouvellement au sein de la rédaction ont été le rajeunissement et la rapide ascension des jeunes journalistes aux postes de direction. O. Frias Filho arrive à la direction de la rédaction à l'âge de 26 ans. Plusieurs journalistes n'avaient pas encore la trentaine alors qu'ils sont désignés aux postes de direction, comme C. T. Costa qui était secrétaire de rédaction à 27 ans.

Parmi les traits distinctifs du journal *Folha de S. Paulo*, on remarque la forte personnalisation des mesures de restructuration organisationnelles. Dans le récit mis en place par ses agents, elles seraient fomentées par la volonté du directeur de la rédaction, O. Frias Filho. De plus, le quotidien véhicule sans arrêt le fait que certains changements de l'espace journalistique brésilien lui sont tributaires, comme l'introduction de techniques de reportage, dont le recoupement de sources. La primauté du titre n'est pourtant pas aisément consentie par d'autres agents de l'espace journalistique. Une illustration est celle de l'ancien journaliste M. Jorge²⁷ pour lequel la publication de deux, trois ou quatre versions d'un même événement « semble, soudainement, avoir été inventé par le *Manual da Folha*, alors qu'en vérité il n'a fait que la populariser envers le grand public²⁸ ».

La personnification du 'Projeto Folha' par la figure de O. Frias Filho déprécie l'action des directeurs de la rédaction qui ont précédé O. Frias Filho dans la mise en chantier de la systématisation de la rédaction, notamment C. Abramo²⁹. Du reste, le journal se présente comme meneur des débats sociétaux, par la publication régulière de points de vue de personnages originaires de divers horizons politiques, économiques, culturels et scientifiques, y compris de l'étranger, tout en étant un journal grand public. Néanmoins, l'espace journalistique brésilien est trop instable pour permettre d'établir définitivement la position d'hégémonie du *Folha de S. Paulo*. Même la position de prépondérance relative par rapport à son concurrent direct, l'*O Estado de S. Paulo*, n'est pas acquise puisque les chiffres de diffusion des quotidiens d'information politique et générale en circulation dans la ville et l'état de São Paulo, où se concentre la majorité de la diffusion de ces deux quotidiens, est en continuel va-et-vient.

²⁷ Ancien directeur de la rédaction du quotidien *O Estado de S. Paulo*, qui s'est reconverti à la communication institutionnelle. En janvier 2001, il était directeur de communication de la filiale brésilienne d'une industrie automobile.

²⁸ In : M. Jorge, « Entrevista », *Imprensa* (1996/103, p. 41).

²⁹ C. Abramo commence à travailler au *Folha de S. Paulo* en 1964. En 1967, il est nommé secrétaire général du quotidien. En 1972, il devient directeur de la rédaction, mais il n'y reste que quelques mois. En 1976, il retourne à la direction de la rédaction et demeure jusqu'à 1977.

Parmi les mesures du 'Projeto Folha', une partie du traitement technique de l'information était sous la responsabilité du secrétariat de production³⁰, dirigé par le journaliste C. E. Lins da Silva. Ses attributions englobent « la définition des sujets prioritaires de chaque édition, la critique quotidienne du journal, aussi bien que le suivi des objectifs trimestriels, en passant par l'organisation de cours et de séminaires internes » (*Manual Geral da Redação*, 1987). En produisant des normes et en chiffrant les pratiques professionnelles des membres de la rédaction, le secrétariat de production avait pour but d'instaurer des dispositifs d'objectivation concernant les activités professionnelles des journalistes. Ainsi, c'était l'attribution du secrétariat de production la définition des méthodes de comptage et les objectifs de réduction de fautes grammaticales et d'information commises par chaque journaliste, qui devrait être pris en compte au moment de l'évaluation professionnelle. Le champ d'action du secrétariat de production portait essentiellement sur la quantification et la normalisation du contenu rédactionnel de chaque édition du journal. « Le secrétariat de production a créé – relate J. C. Ribeiro (1994) – un système complexe de quantification et de comparaison des 'unités informatives' [...] présentes dans les éditions du *Folha de S. Paulo* par rapport à d'autres journaux ; de comparaison de l'utilisation de photos, de plans, de graphique, de tableaux, de textes-légendes [...] dans le *Folha* et chez ses concurrents ; a été implanté un tableau de production du suivi l'évolution de chaque reportage au long de la journée. L'autre attribution du secrétariat de production était de normaliser le travail journalistique et, à la limite, discipliner les journalistes » (Ribeiro, 1994, p. 69). Du reste, la création de l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* est prêtée à une suggestion du secrétariat de production. En effet, l'une des attributions de l'ombudsman est la réalisation d'une critique quotidienne du journal, ce qui faisait partie des caractéristiques de ce secrétariat.

6.4 L'historique de l'ombudsmanato' au *Folha*

Trois années séparèrent le projet de création de la fonction et la désignation du premier ombudsman ; la chronique inaugurale de l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* est parue en septembre 1989. Pourtant 'ombudsmanato' – néologisme en portugais employé par les

³⁰ Avec le secrétariat d'édition, le secrétariat de production forme le secrétariat de rédaction.

ombudsmans de ce quotidien qui signifie ‘médiation’ – a été envisagée dès 1986 ; pendant le réaménagement des locaux du *Folha de S. Paulo*, une pancarte ‘*ombudsman*’ a été apposée sur la porte d’une salle du quotidien³¹. Ce n’était qu’en juin 1989 que le journaliste C. T. Costa, ancien secrétaire de rédaction et alors correspondant du quotidien en France, se voit proposer par la direction du *Folha de S. Paulo* le poste d’*ombudsman*, une dénomination qui n’existait pas dans la nomenclature des fonctions de ce quotidien et dans les médias d’information au Brésil et qui s’inspirait des fonctions homologues au *Washington Post*, et à l’*El Pais*. Cet écart temporel s’explique, selon le directeur de la rédaction du titre, O. Frias Filho, sur la base de raisons stratégiques, en raison des tensions suscitées par la restructuration organisationnelle. Dans un entretien au magazine *Imprensa*, paru un mois après l’implantation de la fonction, O. Frias Filho affirme qu’auparavant l’*ombudsman* pourrait contrarier les changements, en s’opposant à des mesures appartenant à la restructuration organisationnelle : « Pendant la période où le ‘Projeto Folha’ était en train d’être implanté, il y avait plusieurs controverses. Et le travail de l’*ombudsman*, à cette époque, pouvait se retourner contre les propres idées que le journal voulait implanter. Aujourd’hui, le projet est consolidé, et ses idées sont intégrées par la rédaction. Maintenant, c’est le moment adéquat pour que nous ayons une épreuve publique, comme celle de l’*ombudsman*³² ». Toutefois, pendant l’intervalle entre la décision et l’implantation de la médiation de presse, cette idée n’était pas totalement laissée en rade. Des journalistes ont été invités à remplir la fonction et l’ont déclinée³³ (Costa, 1991).

L’*ombudsman* est proposé comme une épreuve publique du projet éditorial implanté par le journal, comme un dispositif d’ancrage des normes bureaucratiques et des méthodes de travail, un différenciateur de la concurrence et un critique des médias. L’*ombudsman* n’est pas seulement un dispositif de l’« épreuve publique » de la restructuration organisationnelle du journal. C’est aussi un dispositif appartenant au discours de précurseur du *Folha de S. Paulo*, de différenciation et de supériorité du journal à l’égard de la concurrence. Sous cet angle, « matérialiser ce discours de la supériorité, lui conférant l’apparence de la modernité et de l’objectivité, paraît être une fonction de l’*ombudsman* du *Folha*, qui par la chronique, revêt le toge de juge de la presse » (Ribeiro, 1994, p. 83), de manière à ce que ce poste soit inséré

³¹ J. C. Ribeiro (1994, p. 69) situe la décision de créer la fonction d’*ombudsman* en 1984.

³² In : « O superego da profissão », 1989, *Imprensa*, (26).

³³ Dans l’ouvrage sur son expérience comme *ombudsman*, C. T. Costa (1991) rapporte cet épisode, sans pour autant citer nominalement les personnes qui ont refusé la fonction. Pourtant, en entretien à la *Revista da Comunicação* (1996/43, pp. 4–8), il mentionne les journalistes B. Casoy, L. Nassif, S. Augusto, A. Nunes et J. Beting.

dans toute plaquette de divulgation du quotidien *Folha de S. Paulo*³⁴ où il apparaît comme une des différenciations journal face aux concurrents.

6.5 La légitimation par la critique des médias

La fonction de médiateur de presse n'apparaît pas dans les pages du journal sans qu'on prévienne les lecteurs. A la veille de son arrivée comme rendez-vous hebdomadaire à la page six du premier cahier de l'édition dominicale, la médiation de presse est expliquée aux lecteurs dans l'article « *Folha* lança amanhã a coluna do ombudsman³⁵ » qui apportait des entretiens avec l'*ombudsman* du *Washington Post*, R. Harwood, et le *defensor del lector* de l'*El País*, J. M. La Raya. L'éclaircissement sur ce que cette nouvelle fonction et cette nouvelle rubrique du journal visent à devenir se prolonge le lendemain. Aux premières lignes de sa chronique d'inauguration, parue le 24 septembre 1989, le premier *ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, C. T. Costa expose au lecteur les principes de sa fonction et offre une délimitation de la thématique qui y sera explorée :

L'*ombudsman* « va commenter les nouvelles de la semaine et la manière dont la presse a traité les sujets, avec un unique objectif : lire les journaux et écouter les informations avec les yeux et les oreilles d'un lecteur exigeant³⁶ »

En conclusion de ce texte, C. T. Costa interpelle son lecteur :

« Dorénavant, n'avez pas de doute. En se sentant blessé dans votre droit de lecteur, prenez contact avec l'*ombudsman*. Il est payé pour vous défendre³⁷ ».

³⁴ Par exemple, lorsque quelques boursiers d'une organisation étasunienne visitent le journal, l'*ombudsman* fait partie du programme, en tant qu'illustration des « mécanismes internes de fonctionnement de l'entreprise », au même titre que le manuel de rédaction. In : « Bolsistas da Kellogg fazem visita à *Folha* » (« Boursiers de la Kellogg visitent le *Folha* », *Folha de S. Paulo*, 25/10/1995.

³⁵ In : « *Folha* lança amanhã a coluna do ombudsman » (« *Folha* lance demain la chronique de l'*ombudsman* »), *Folha de S. Paulo*, 23/03/1989.

³⁶ « Comentar as notícias da semana e a maneira como a imprensa tratou os assuntos, com um único objetivo : ler os jornais e escutar as notícias com os olhos e ouvidos de leitor exigente ». In : C. T. Costa, « Quando alguém é pago para defender o leitor », *Folha de S. Paulo*, 24/09/1989.

³⁷ « Daqui pra frente não tenha dúvida. Ao sentir seu direito de leitor ferido, procure o ombudsman. Ele está sendo pago para defender você ». In : C. T. Costa, « Quando alguém é pago para defender o leitor », *Folha de S. Paulo*, 24/09/1989.

De prime abord, l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* accomplit une complète scission spatiale en raison des propres attributions la fonction : d'un côté, en ouverture de son article, il associe la médiation de presse à l'évaluation du traitement de l'information pendant la semaine écoulée et, dans sa conclusion, il se met au service des lecteurs, afin de défendre leurs droits. Cette séparation spatiale en deux versants de la fonction d'*ombudsman* n'est entièrement pas fortuite. Les attributions, et, par conséquent, les missions de la médiation sont scindées : d'un côté, il y a la production d'une critique des éditions du quotidien sorties pendant une semaine, c'est-à-dire l'évaluation du résultat apparent du travail journaliste ; de l'autre côté, il y a la réception et le traitement des réclamations des lecteurs. Au demeurant, lorsqu'il énonce que sa fonction consiste à « lire les journaux et à écouter les informations avec les yeux et les oreilles d'un lecteur exigeant », l'*ombudsman* signale à la fois qu'il prête attention aux pratiques professionnelles de plusieurs médias et qu'il va l'exercer en tant qu'un lecteur spécial et avisé. Le commentaire du traitement des informations et des événements de la semaine ne se restreint pas au quotidien qui l'a embauché et d'autres médias d'information sont également inclus. De cette façon, l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* se confond avec un autre poste présent dans certains médias, celui de « critique des médias (*media critic*) » (Costa, 1991). Par ailleurs, selon le répertoire argumentatif de la fonction, tel un profond connaisseur du journalisme et de l'actualité, le titulaire de la médiation de presse va se servir de ses compétences professionnelles et de sa capacité d'analyse des pratiques professionnelles des journalistes (dont quelques-unes sont absentes chez le lecteur qui n'est pas « exigeant » et qui ne connaît pas les rouages de la presse et des médias) dans le dessein de présenter une discussion hebdomadaire sur le traitement de l'information et la médiatisation des événements. Ces deux attributions peuvent pragmatiquement être prises en compte par la rédaction des chroniques de l'*ombudsman* de façon dissociée ou complémentaire. Avec la définition de la fonction produite par le *Folha de S. Paulo*, on dégage que l'écriture de la chronique n'exige pas obligatoirement la reprise et la réponse des manifestations des lecteurs (soit pour justifier, soit pour désapprouver les pratiques professionnelles des journalistes mises en causes par les lecteurs).

De ce fait, le nouvel *ombudsman* identifie, à partir des exemples prélevés dans le journal ou dans les journaux pendant la semaine écoulée, les faiblesses de la presse brésilienne en général, et du *Folha de S. Paulo* en particulier. Dans sa première chronique, C. T. Costa critique certains articles sur l'« adhésion » de l'ancien footballeur Pelé à la candidature présidentielle de F. Collor, parus au *Folha de S. Paulo*, dans lequel il est anticipé un dénouement encore incertain et sont données des conclusions précipitées, selon l'*ombudsman*,

alors que les autres médias ont diversement évalué ces faits. Ensuite, il montre une faiblesse de la presse brésilienne : publier telles quelles des informations transmises par des sources institutionnelles sans aucune distanciation critique, en l'espèce, la demande de prêt du gouvernement brésilien aux banques créditrices étrangères. Dans la chronique inaugurale, l'autre versant du discours de justification de la fonction d'*ombudsman* du *Folha*, l'attribution de défense du lecteur, parce qu'« il est payé pour vous défendre », est brièvement énoncé. Il prend forme lorsqu'en réponse au courrier d'un lecteur, il désavoue de grossières fautes de traduction et de reproduction de noms propres.

L'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* se définit alors comme étant un objet protéiforme qui s'édifie sur la base d'un compromis entre plusieurs principes (Boltanski et Thévenot, 1991). Cette nouvelle fonction se structure sur la base d'un compromis entre des principes civiques (défendre les droits des lecteurs), des principes domestiques (caractérisés par l'institution d'une chaîne hiérarchique où le lecteur a besoin de l'intercession de l'*ombudsman* pour se faire protéger), de principes marchands (résultant des demandes des consommateurs et des dispositifs de différenciation de la concurrence). La séparation spatiale et la scission entre l'évaluation du traitement de l'information et la prise en compte des réclamations des lecteurs rejoint le descriptif de la fonction situé dans l'encadré qui accompagne chaque chronique:

« Ses attributions sont celles de critiquer le journal selon la perspective du lecteur – en recevant et enquêtant sur les réclamations qu'il adresse à la rédaction – et de commenter, chaque dimanche, les informations des médias³⁸ »

Suivant ce descriptif de la fonction, la critique des médias se fait « sous la perspective du lecteur », ce qui configurerait la prise en compte du lecteur. En d'autres termes, dans la rhétorique de la fonction, la scission des deux attributions se fait pourtant sans préjudice concernant la défense du lecteur, parce que les appréciations du travail journalistique réalisées par l'*ombudsman* s'appuieraient sur les préoccupations et les intérêts des lecteurs. L'articulation de la production d'une critique et du traitement des plaintes des lecteurs constitue des situations de défense du lecteur. Ainsi, l'*ombudsman* peut-il se qualifier d'« avocat du lecteur », de « représentant du lecteur », de « défenseur du lectorat dans la rédaction », de « critique des médias (*media critic*) » et de « professionnel spécialement engagé pour écouter les réclamations du lectorat » (Costa, 1991). Dans le discours de justification de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, l'articulation des attributions se fait donc

³⁸ « Suas atribuições são criticar o jornal sob a perspectiva do leitor – recebendo e checando as reclamações que ele encaminha à redação – e comentar, aos domingos, o noticiário dos meios de comunicação ».

par la construction de la grandeur de la fonction, qui établit des équivalences entre la défense du lecteur et la critique des médias. Ces attributions de la fonction ne sont alors plus désarticulées, mais sont des étapes pour parvenir à l'accomplissement de sa finalité majeure, la prise en compte du lecteur. Voyons quelques exemples :

« En Amérique Latine, le *Folha de S. Paulo* a été le pionnier dans l'introduction de ce programme d'investigation des plaintes des lecteurs et de critique au propre journal, de défense du lecteur au sein de la rédaction. C'est à moi qu'est revenu le soin de donner forme, d'implanter et de consolider un service clientèle pour le citoyen dans un pays où la citoyenneté n'arrive même pas à être une notion – c'est un désir diffus et une possibilité distante³⁹ » ;

« Le rôle [de l'ombudsman] est celui d'intervenir en faveur des lecteurs, en apportant leurs opinions (même, et principalement, les discordantes) à la connaissance de la direction⁴⁰ » ;

« L'ombudsman est le professionnel responsable de critiquer publiquement le travail du *Folha*, aussi bien que celui des médias en général, et de veiller aux réclamations qui lui sont envoyées par les lecteurs ou par les sources journalistiques⁴¹ » ;

« [L'ombudsman] possède l'autonomie pour signaler ce qui, à son avis, contrarie le principe de l'impartialité des informations, prévu dans le projet éditorial, ou ce qui s'oppose au *Manual de Redação*. Il lui appartient de proposer à la direction de la rédaction la correction des informations ou de l'angle qui donnent au lecteur une version fautive ou incomplète des faits⁴² ».

L'insertion du lecteur dans ces caractérisations prend des configurations distinctes. D'une part, l'*ombudsman* se présente comme celui qui s'occupe des réclamations des lecteurs, ce qui figure comme un « programme d'investigation des plaintes des lecteurs et de critique au propre journal ». D'autre part, la défense du lecteur apparaît comme l'extension de

³⁹ « Na América Latina, a *Folha de S. Paulo* é a pioneira na introdução desse programa de investigação das queixas dos leitores e de crítica ao próprio jornal, de defensor do leitor dentro de uma redação. Coube a mim dar forma, implantar e consolidar um serviço de atendimento ao cidadão num país onde a cidadania nem chega a ser uma noção – é um desejo difuso e uma possibilidade distante » (Costa, 1991, p. 7).

⁴⁰ « O papel do ombudsman é o de intervir a favor dos leitores, representar as diversas opiniões (mesmo quando discordantes), levá-las até a direção do jornal para conhecimento ». In : C. T. Costa, « Os limites do ombudsman » (« Les limites de l'ombudsman »), *Folha de S. Paulo*, 08/04/1990.

⁴¹ « Ombudsman é o profissional responsável por criticar publicamente o trabalho da *Folha*, bem como dos meios de comunicação em geral, e por zelar pelas reclamações que lhe são encaminhadas por leitores ou fontes jornalísticas ». In : « Nova ombudsman da *Folha* assume no dia 2 de março » (« Nouvelle ombudsman da *Folha* assume le 2 mars »), *Folha de S. Paulo*, 18/01/1998.

⁴² « Ele possui autonomia para assinalar o que, a seu ver, contrarie o princípio de apartidarismo do noticiário, previsto no projeto editorial, ou se contraponha ao *Manual de Redação*. Cabe a ele propor à direção de redação a correção de informações ou enfoques que dêem ao leitor uma versão errônea ou incompleta dos fatos » In : « Santos volta a ser ombudsman da *Folha* » (« Santos est de nouveau l'ombudsman du *Folha* »), *Folha de S. Paulo*, 29/09/1996.

l'appréciation des pratiques professionnelles qui prend en compte la conformation de la demande de redressement du traitement de l'information, et cela au profit du lecteur. D'autres caractérisations de l'*ombudsman* peuvent mettre en avant la relation avec le lecteur et former une définition qui isole la défense des lecteurs, comme dans ces deux exemples dans lesquels le titulaire du poste se désigne comme « l'unique recours à la disposition de celui qui se juge calomnié, victime d'une injustice, atteint par le contenu d'un reportage, d'un dessin ou une photo⁴³ » et qui « peut aider [les lecteurs] à faire que le journal envisage ses faiblesses [comme] des fautes, des distorsions et des problèmes qui se répandent dans les pages du journal⁴⁴ ».

Les diverses manières qui permettent de définir la fonction d'*ombudsman* au sein du *Folha de S. Paulo* tirent leurs existences de l'agencement des éléments qui la constituent. Il s'agit alors de s'appliquer à rendre compte des effets pratiques et des résultats discernables de la fonction, ce qui conduit à distinguer la quantité de fautes détectées et corrigées sous la tutelle de l'*ombudsman* ou à signaler les acquis pour les lecteurs. Et encore, dans un autre registre, il peut être question de recadrer le rôle de l'*ombudsman* dans les relations hiérarchiques du *Folha*. Au *Novo Manual da Redação* (1992), dont le comité de rédaction a été coordonné par M. V. Santos, alors *ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, la définition 'ombudsman' commence par les origines du terme et par les dispositions statutaires (la fixation du 'mandat', la stabilité professionnelle) et finit par les relations hiérarchiques au sein de l'entreprise qui recadrent le rapport de l'*ombudsman* avec les journalistes qui composent la rédaction du *Folha* (le réseau de subordination devant être respecté) et les attributions du titulaire de la fonction :

Ombudsman – Mot d'origine suédoise qui signifie celui qui représente. [...] C'est le professionnel rétribué par un organisme public ou une entreprise privée qui représente les intérêts du public. Dans le cadre du journalisme, il est l'avocat du lecteur. Au *Folha*, où le poste existe depuis 1989, l'*ombudsman* est nommé par la direction de la rédaction. [...] Le médiateur n'a pas d'attributions exécutives. Ses observations et ses suggestions doivent être sereinement accueillies et doivent être objets de réflexion. Cependant, elles n'ont pas de caractère délibératif, ceci relevant de la direction de la rédaction à qui il appartient de les adopter ou non. Il appartient à l'*ombudsman* de recevoir les plaintes des lecteurs du *Folha* et de les envoyer à la rédaction. Les dispositions qui s'ensuivent

⁴³ « O único recurso à disposição de alguém que se julga caluniado, injustiçado, atingido pelo conteúdo de uma reportagem, uma charge ou uma foto ». In : M. V. Santos, « Últimas impressões » (« Dernières impressions »), *Folha de S. Paulo*, 19/09/1993.

⁴⁴ « Pode ajudá-los a fazer com que o jornal encare suas falhas [comme] erros, omissões, distorções, confusões e problemas que se espalham pelas páginas do jornal ». In : J. N. de Sa, « Ombudsman, terceiro ato » (« Ombudsman, troisième acte »), *Folha de S. Paulo*, 26/09/1993.

lui sont communiquées par la direction de la rédaction qui centralise tous les contacts. Les contacts professionnels entre l'ombudsman et les journalistes du *Folha* doivent être précédemment autorisés par la direction de la rédaction. L'ombudsman écrit quotidiennement une critique interne qui circule dans toute la rédaction au début de l'après-midi. Les dimanches, le *Folha* publie la chronique de l'ombudsman, dans laquelle il fait une critique des médias. Il est facultatif à tous les journalistes du *Folha* de répondre aux observations faites par l'ombudsman aussi bien dans la critique interne que dans la chronique hebdomadaire. C'est la direction de la rédaction qui centralise la démarche de ces cas et qui les arbitre⁴⁵ ».

Alors que la chronique inaugurale de l'*ombudsman*, qui est donc adressée au public externe, centre les informations suivant l'angle de l'*ombudsman* et les lecteurs, lors de l'introduction du *Novo Manual da Redação*, a priori rédigé par la rédaction du journal⁴⁶, on met en scène moins l'*ombudsman* du *Folha* que la direction de la rédaction. Ce sont des dispositions prises par la dernière qui devraient avoir de retentissements sur les autres agents qui sont décrites : on parle de la manière d'accepter les critiques, aux démarches bureaucratiques pour faire suivre les dossiers des réclamations des lecteurs. De cette manière, la direction de la rédaction impose des règles et des procédures à la rédaction qui devraient être, sous contrainte, acceptées. Au total, l'*ombudsman* figure parmi l'arsenal mis en place par la direction de rédaction du *Folha de S. Paulo*.

⁴⁵ « Ombudsman — Palavra de origem sueca que significa aquele que representa. [...] É o profissional pago por órgão oficial ou empresa privada para representar os interesses do público. Em jornalismo, é o advogado do leitor. Na *Folha*, onde o cargo existe desde 1989, o ombudsman é nomeado pela direção de redação. [...] O ombudsman não tem atribuições executivas. Suas observações e sugestões devem ser absorvidas com serenidade e ser objeto de reflexão. No entanto, elas não têm caráter deliberativo, cabendo à direção de redação acatá-las ou não. Cabe ao ombudsman atender os leitores da *Folha* e encaminhar suas reclamações à redação. As providências que se seguem são comunicadas a ele pela direção de redação, que centraliza todos os contatos. Os contatos profissionais entre o ombudsman e jornalistas da *Folha* devem ser previamente autorizados pela direção de redação. Diariamente, o ombudsman redige uma crítica interna que circula para toda a redação no início da tarde. Aos domingos, a *Folha* publica a coluna do ombudsman, em que ele faz uma crítica dos meios de comunicação. É facultado a todos os jornalistas da *Folha* responder às observações feitas pelo ombudsman tanto na crítica interna quanto na coluna semanal. Quem centraliza o trâmite desses casos e os arbitra é a direção de redação » (*Novo Manual da Redação*, 1992).

⁴⁶ Au Brésil, à la fin des années 1980 et au début des années 1990, quelques entreprises de presse ont lancé leurs manuels de style et rédaction sur le marché éditorial. Dans un premier instant, les manuels avaient le dessein d'unifier et de codifier l'écriture d'un média, d'établir des règles de comportement professionnel et normes rédactionnelles. Mais se distinguer ou contrecarrer l'initiative de la concurrence en présentant un produit originel et différent et renforcer l'image de marque, ce sont aussi des motivations qui ont engendré le lancement d'un manuel de rédaction. Lorsqu'un manuel figure sur la liste des plus vendus, cela représente un accroît de légitimité et crédibilité qui contribue à élever l'image de marque du média. Afin de se différencier de l'ouvrage mis sur le marché par un autre média d'information, chaque manuel fait l'objet d'une structure thématique. Le *Manual Geral de Redação O Estado de S. Paulo* (1984), met en relief les règles grammaticales aux dépens des normes éditoriales et de conduite. Le *Novo Manual da Redação* préfère miser sur la structuration hiérarchique et la normalisation de la production, de la rédaction et de la mise en forme du travail journalistique.

6.6 Des effets pratiques et des résultats discernables

Une modalité de justification de la fonction d'*ombudsman* s'ancre dans la capacité à produire des effets pratiques et des résultats objectifs et discernables, preuve de la réussite de la défense du lecteur. Ce sont des indices positifs montrant que la présence de l'*ombudsman* influe sur la 'qualité' du journal. La rhétorique de légitimation de l'*ombudsman* du *Folha* ne néglige alors pas les conséquences de l'introduction de la fonction dans la rédaction, d'autant plus celles qui peuvent être chiffrées. L'augmentation de la publication de rectificatifs dès la création de la fonction d'*ombudsman* illustre bien ce discours de légitimation. C. T. Costa justifie l'efficacité de la médiation par le doublement du nombre de rectificatifs parus dans la rubrique 'Erramos' ('Nous avons commis une faute') qui dit que « si quiconque m'appelle et indique une faute factuelle (une information incorrecte de nom, de localisation, de date, de chiffre, un fait historique, un événement, une déclaration tronquée, etc.), cela aboutit à une prompt rectification. J'ai déjà montré ici le doublement en volume de 'Erramos'⁴⁷ », la rubrique de rectificatifs du *Folha de S. Paulo*. A la fin des deux années passées en tant que titulaire de la fonction, l'accroissement des corrections publiées par le journal intervient comme l'« attestation la plus visible de l'efficacité⁴⁸ » de l'action de l'*ombudsman*. Qui plus est, même s'il arrive aux *ombudsmans* d'éviter le parallèle mécaniste entre leurs concours et l'amélioration du journal, la rhétorique de légitimation de la fonction s'accorde pour parler de gain pour le lecteur. Ainsi, dans son auto-évaluation au bout de deux ans de médiation de presse, C. T. Costa a affirmé qu'« on me demande toujours si le *Folha* 's'est amélioré' avec l'*ombudsman*. Il ne s'est pas amélioré ni a empiré. Il poursuit sa recherche permanente de la perfection. Le grand mérite de la fonction a été de faciliter la communication du lecteur avec la rédaction⁴⁹ ». L'*ombudsman* se détourne alors de l'écueil qui est de revendiquer le contrôle de la compétence professionnelle⁵⁰, et le monopole l'expertise du travail journalistique dans

⁴⁷ « Se alguém me liga apontando um erro factual (uma informação errada de nome, de localização, data, cifra, um fato histórico, um evento, uma declaração distorcida, etc) isto tem uma pronta retificação. Já mostrei aqui a duplicação de 'Erramos' ». In : C. T. Costa, « Os limites do ombudsman » (« Les limites de l'ombudsman »), *Folha de S. Paulo*, 08/04/1990.

⁴⁸ « Atestado de eficácia mais visível ». In : C. T. Costa, « Relatório final » (« Rapport final »), *Folha de S. Paulo*, 22/09/1991.

⁴⁹ « Sempre me perguntam se a *Folha* 'melhorou' com o ombudsman. Não melhorou nem piorou. Ela continua em busca permanente do aperfeiçoamento. O maior mérito do cargo foi ter facilitado a comunicação do leitor com a redação ». In : C. T. Costa, « Relatório final », *Folha de S. Paulo*, 22/09/1991.

⁵⁰ Soit parce que la rhétorique professionnelle se centre sur l'autonomie de chaque composant du groupe professionnel à sélectionner le contenu et la forme de son 'papier' et son 'sujet', ce qui va à l'encontre de la

l'entreprise de presse. Il peut toutefois revendiquer la détention de certains moyens permettant de faire avancer la compétence professionnelle, de mettre en discussion les pratiques professionnelles et de provoquer l'accroissement de l'excellence du produit qu'il observe.

La rhétorique de la médiation de presse associe la transparence, utilisée comme synonyme de publiciser des manquements et de crédibilité. La capacité à avouer ses fautes et ses faiblesses est donc tenue par quelques propagateurs de la fonction de médiateur comme facteur d'augmentation de la crédibilité du média. Cette thèse est largement soutenue par les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*. C. T. Costa affirme qu'en dépit du fait que le *Folha* ait été le premier journal à instituer le poste d'*ombudsman*, il était, « en réalité, parmi les grands journaux, le moins préparé. Afin d'oser plus, le *Folha* expose davantage son propre flanc. Il est rempli de fautes, parce qu'il commet les fautes de celui qui est pressé. Et le *Folha* est pressé, très pressé de se montrer en permanente révolution éditoriale. Paradoxalement, en exposant publiquement ses défauts et ses faiblesses, il arrive à gagner plus de crédibilité⁵¹ ».

Par ailleurs, montrer ses propres faiblesses et avoir le courage de discuter les pratiques professionnelles, cela s'inscrit dans les propositions de transparence du quotidien. Par le moyen de l'*ombudsman*, le quotidien serait ainsi celui qui a le « courage » de discuter ses fautes, de les rectifier et de se critiquer. Le *Folha* se présente comme le journal qui ne craint pas le débat d'idées et qui fait de la transparence son mot d'ordre. De fait, le *Folha de S. Paulo* se forge une image de courage, d'audace, aussi bien dans les actions entrepreneuriales que dans les attitudes professionnelles. A l'opposé, les médias concurrents qui se refusent à instituer la médiation de presse sont entachés de lâcheté et/ou accusés de tromper leurs lecteurs, ainsi les *ombudsmans* vont-ils s'associer pleinement à ce discours de dénonciation de la concurrence: « Quand l'*O Estado* va-t-il créer un *ombudsman* pour défendre ses lecteurs qui sont quotidiennement trompés par son journal⁵² ». Du reste, cette modalité de justification et de légitimation de l'*ombudsman* parasite les autres rubriques du journal. L'éditorialiste G. Dimenstein cite l'*ombudsman* comme l'exemple à la fois de protection du consommateur et de la transparence du *Folha*: « Pour ceux qui ont des doutes sur la protection du

détermination d'instances de contrôle de pratiques professionnelles ; soit parce qu'il se place comme une instance de contrôle de la compétence professionnelle dans une entreprise de presse ne peut pas se faire sans heurter sa direction de l'entreprise de presse.

⁵¹ « Na realidade, dos grandes jornais, [a *Folha* era] o menos preparado para isso. Por ousar mais, a *Folha* acaba abrindo mais o seu flanco. Está cheia de erros, porque erra quem tem pressa: E a *Folha* tem pressa, muita pressa em se mostrar em permanente revolução editorial. Paradoxalmente, ao expor seus defeitos e fraquezas em público, ela acaba ganhando mais credibilidade » (Costa, 1991, p. 160).

⁵² « Quando é que 'O Estado' vai criar um *ombudsman* para defender os leitores diariamente enganados pelo seu jornal? ». In : C. T. Costa, « Manchete, matemática e umbigo. Sobre a confiabilidade na fonte de informação » (« Manchette, mathématique et nombril. Sur la fiabilité des sources d'information »), *Folha de S. Paulo*, 19/11/1989.

consommateur, il suffit de voir la quantité d'erreurs que l'*ombudsman* est accoutumé à retrouver quotidiennement dans le *Folha*, dans un courageux effort de transparence – courageux, et, parfois, accablant pour la rédaction, quoique excellent pour le lecteur. Imaginez ce qui arrive aux entreprises avec une plus petite surveillance interne ou externe⁵³ ».

6.6.1 La différenciation par rapport à la concurrence

En l'occurrence, les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* assimilent l'introduction de la fonction et les changements éditoriaux, managérial et marketing, comme la segmentation des cahiers, la gratuité des petites annonces et la restructuration organisationnelle du journal. Dans la justification du 'Projeto Folha', la grandeur réside dans le dynamisme et la capacité à présenter des nouveautés. L'*ombudsman* s'insère dans les dispositifs de différenciation du *Folha de S. Paulo* par rapport aux autres quotidiens à diffusion nationale. Les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* participent activement aux actions de disqualification de la concurrence, de manière à ce que les titulaires de la fonction arrivent à dire qu'un autre quotidien « a reproduit dans ses pages des initiatives du *Folha*, au lieu de développer lui-même ses innovations⁵⁴ » ou que « Le *Folha* est en train d'être discrètement copiée dans la question de l'*ombudsman*. [...] Personne ne l'assume parce qu'il s'agit d'une marque claire du *Folha de S. Paulo*. Il serait difficile d'admettre qu'ils adoptent une idée du *Folha*, en confirmant une fois de plus le journal paulista en tant que pionnier⁵⁵ ». Implanter la fonction de médiateur, ce serait chercher à reproduire les actions du *Folha de S. Paulo*. En plus, seul le *Folha de S. Paulo* aurait un modèle complet de médiation de presse, alors que les autres médias se contenteraient de reproduire par fragments son modèle.

⁵³ In : G. Dimenstein, « Desemprego também é doença » (« Chômage est aussi une maladie »), *Folha de S. Paulo*, 14/01/1996.

⁵⁴ « Reproduziu nas suas páginas iniciativas da *Folha*, em vez de desenvolver ele próprio as suas inovações » (Costa, 1991, p. 159).

⁵⁵ « A *Folha* vem sendo copiada discretamente na questão do ombudsman. [...] Ninguém assume porque é uma marca muito clara da *Folha de S. Paulo*. Ficaria difícil admitir que estariam adotando uma ideia da *Folha*, confirmando mais uma vez o pioneirismo do jornal paulista ». Entretien de M. V. Santos à Nogueira Silveira (1992, p. 216).

6.6.2 Donner à voir l'autonomie

Pour traduire l'autonomie du titulaire de la fonction à l'égard de la direction du journal, le *Folha de S. Paulo* a d'abord posé les règlements propres à la fonction. La présentation des nouvelles charges de C. T. Costa est accompagnée de règles, en guise de dispositions statutaires juridiques, et de la description de ces attributions. Ainsi, dès la chronique inaugurale de la fonction, au bas de chaque chronique de l'*ombudsman*, on retrouve un encadré explicatif de la fonction de l'*ombudsman*. Au moment de la création de la fonction, selon les règles institués par le *Folha*, l'affaiblissement des liens de subordination de l'employé à l'employeur y tenait une place importante : l'*ombudsman* s'est vu conférer un 'mandat' d'une durée annuelle, renouvelable une deuxième année, en cas d'accord entre l'*ombudsman* et la direction de la rédaction. L'*ombudsman* ne pouvait pas être renvoyé pendant la durée du 'mandat' et il avait la garantie de la stabilité de son emploi durant son 'mandat' et aussi durant une année supplémentaire. Par la suite, ces normes ont été corrigées : à partir de janvier 1998, l'*ombudsman* peut exercer la fonction durant une période maximale de trois années consécutives, au lieu de deux années, toujours rétablie annuellement et la garantie de stabilité de son emploi a été réduite à six mois, au lieu de douze mois.

De surcroît, d'autres dispositifs ont été élaborés pour compléter les signes apparents d'autonomie de la part de l'*ombudsman*. C'est le cas de l'emplacement des bureaux du titulaire de la fonction qui prenait en considération une séparation physique pour attester d'une volonté de distanciation symbolique de la rédaction. Pourtant, la pancarte *ombudsman*, affichée trois ans avant l'effective implantation de la fonction, faisait état d'un autre agencement de l'espace physique ; les bureaux de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* étaient originellement prévus à côté des bureaux du directeur de la rédaction, des secrétaires de rédaction et d'autres membres de la hiérarchie. Lors de l'introduction effective de la médiation de presse, l'emplacement était différent. Les bureaux de C. T. Costa étaient localisés dans un bâtiment voisin de la rédaction du *Folha de S. Paulo*, où étaient placés les départements administratif et publicitaire du quotidien. Cet emplacement des bureaux a été sollicité par son occupant qui estimait qu'un éloignement physique de la rédaction « stimule l'idée de distanciation, ce qui est le minimum qu'on puisse exiger de la part d'un *ombudsman* » Costa (1991, p. 23). La distanciation est alors intentionnellement configurée pour marquer l'autonomie de l'*ombudsman* par rapport à la rédaction :

« La distanciation du représentant des lecteurs à l'égard de la rédaction et des journalistes est essentielle pour son travail critique – s'il aspire à une présence critique et incisive. Pour cela, le bureau de l'ombudsman du *Folha*, originalement prévu pour occuper des locaux contigus à la direction du journal, a même changé de bâtiment » (Costa, 1991, p. 23).

Plus tard, les bureaux ont déménagé une nouvelle fois et ils sont actuellement localisés dans le même immeuble que la rédaction du *Folha* mais à un autre étage. Pourtant, indépendamment du fait d'être installés dans le bâtiment de la rédaction ou dans un bâtiment contigu, les bureaux de l'*ombudsman* ont été toujours placés dans les limites de l'entreprise de presse et les lecteurs qui écrivent à l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* lui font parvenir un courrier libellé à l'adresse de journal.

6.6.3 Les activités professionnelles de l'ombudsman

Au *Folha de S. Paulo*, l'*ombudsman* accepte de vérifier les plaintes de ceux qui considèrent que le journal leur a porté préjudice. Recevoir les demandes de rectificatifs, même si ce sont d'autres services qui le font vérifier et publier, font partie de ses activités. Mais, le choix des lettres à être publiées dans la page consacrée au courrier des lecteurs ne fait pas partie de ses fonctions. L'*ombudsman* peut certes demander au rédacteur en chef du « *Painel do Leitor* » (« *Panel du Lecteur* »), rubrique rassemblant le courrier des lecteurs, de publier un courrier qui lui a été adressé ; le choix ne retombe pourtant pas sur l'*ombudsman*.

L'*ombudsman* n'a pas la faculté de parcourir la rédaction et d'interpeller les journalistes à l'égard des réclamations des lecteurs. En conformité avec les dispositions de bureaucratisation et de hiérarchisation de la rédaction, les rapports professionnels entre l'*ombudsman* et la rédaction sont soumis à une procédure, ce qui est une entrave à l'autonomie de l'*ombudsman*. Pour vérifier les réclamations des lecteurs et/ou pour communiquer leur appréciation quotidienne de l'édition du journal, l'*ombudsman* doit, selon des résolutions établies par la direction de la rédaction, en passer par un contact formel et normalisé avec les membres de la rédaction, dont la propre direction de la rédaction sert d'intermédiaire. Son contact professionnel avec la rédaction ne se fait que s'il est « préalablement autorisé par la direction de la rédaction » (*Novo Manual da Redação*, 1992). L'*ombudsman* n'a pas l'autorisation de s'adresser personnellement à un journaliste pour enquêter sur les plaintes des lecteurs : il reçoit la critique du lecteur, et le cas échéant, l'expédie à la direction de la rédaction, qui la retransmet à la personne ou au service concerné.

C'est l'apanage de la direction de rédaction de recevoir la réponse et de la faire parvenir à l'*ombudsman*. A l'occasion, il procède à une contre-enquête pour vérifier les erreurs d'information et, pour se départager, il consulte différents spécialistes, comme d'autres sources d'information ou des experts.

La chronique du médiateur de presse n'est pas son unique attribution, mais, selon la modélisation mise en circulation par l'ONO, elle est la plus importante parce qu'elle doit être le moyen de publiciser les appréciations du traitement de l'information. En règle générale, contrairement aux papiers d'autres membres de la rédaction du titre, la chronique produite par l'*ombudsman* n'est pas soumise à la relecture n'a pas besoin d'autorisation de publication.

En plus de la production d'une chronique hebdomadaire et du traitement des réclamations des lecteurs, l'*ombudsman* du *Folha* rédige, de lundi à vendredi, une critique interne, qui circule dans la rédaction au début de l'après-midi. Il s'agit de l'examen de l'édition quotidienne du titre où l'*ombudsman* peut ajouter les critiques et les interrogations des lecteurs⁵⁶. Dans la critique interne, la formulation d'une question, la demande d'explications ou d'éclaircissements ou d'informations complémentaires n'obligent pas le rédacteur, le reporter ou le rédacteur en chef de la rubrique concerné à réagir ; selon son bon vouloir, le journaliste peut fournir ou non une réponse à l'*ombudsman*. N'ayant pas de fonction délibérative, toutes ses propositions, suggestions et appréciations, insérées dans la chronique ou dans la critique interne, sont donc soumises à l'approbation de la direction de la rédaction. L'*ombudsman* n'a pas le pouvoir de faire paraître un rectificatif ou de demander la modification des pratiques professionnelles, d'exiger la publication d'un supplément d'information ou, au contraire, de réclamer l'interdiction d'un article sur un sujet donné.

⁵⁶ Voir les critiques internes reproduites en annexe.

7 Le médiateur de presse au *Monde* : la relation entre les lecteurs et la rédaction

Contrairement au Brésil où l'introduction de la fonction de médiateur de presse s'est faite, d'une part, lors de la période d'optimisme général engendré par la normalisation des institutions politiques et, d'autre part, au moment d'une période de croissance progressive de la diffusion de la presse quotidienne, en France, la conjoncture était plus maussade et le recours au médiateur est intervenu dans des circonstances fort différentes. Depuis 1988, les sondages de l'état de l'opinion des français à l'égard de leurs médias constatent année après année que les médias français subissent une crise de confiance durable. La comparaison des résultats de sondages annuels montre que, tout en oscillant en raison des circonstances événementielles, la méfiance s'installe dans la durée. En outre, des affaires de dérapages déontologiques et des débats sur les dérives du journalisme éclatent au grand jour et mettent en cause les pratiques professionnelles des journalistes français et le traitement de l'information.

En 1994, l'année de la création du poste de médiateur du *Monde*, le sondage « Les Français et leurs médias », effectué par la Sofres résultant d'une commande de *Médiaspouvoirs*, *La Croix* et *Télérama*, vérifie une stagnation du taux de crédibilité négative de la presse écrite. Les opinions sont bien partagées : presque la moitié des personnes (49%) affirment que « les choses ne se sont passées comme le journal les raconte », tandis que 45% pensent que le journal a fidèlement rapporté les faits. D'autre part, les Français, dans leur majorité, doutent de l'indépendance des journalistes face au pouvoir politique et économique.

Au déficit de crédibilité des médias, s'ajoute la crise de la presse quotidienne française. Depuis les années 1970, la presse quotidienne est passé par des crises à répétition et le paysage médiatique français s'est dessiné au rythme de « disparition de titres, rachat d'entreprises exsangues, appels de fonds afin de recapitaliser à la hâte, érosion du lectorat, recul de la part du marché publicitaire » (Charon, 1996, p. 3).

Au sein du quotidien, fondé par H. Beuve-Méry en 1944 pendant les mois qui ont suivi la libération et qui s'est au fil des années construit selon la représentation de « dépositaire d'un journalisme 'pur' et 'exigeant', c'est-à-dire autonome par rapport aux forces exogènes, aussi bien celles de la politique que celles de l'économie » (Champagne, 2000, p. 10), on atteint le début des années 1990 avec une situation économique qui n'est pas très florissante. À l'inactivité de son imprimerie une partie de la journée, s'associe la morosité du marché publicitaire, la chute de la diffusion, un déficit financier d'environ 40 millions de francs en 1993. Donc, le bilan est celui de la décapitalisation de l'entreprise, d'un flux financier déficitaire et d'une échéance arrivée à son terme quant au choix du nouveau directeur de la publication.

Quelques mois avant cette élection, le débat déontologique s'était engagé au sein du *Monde*, où on discutait des dispositifs d'empêchement des dérapages déontologiques, ceux pour lesquels les médias étaient effectivement mis en cause. Les 12 et 13 février 1993, sous la plume de J. Lesourne, direction de publication, et de B. Frappat, directeur de la rédaction, les pages du quotidien ont accueilli les débats internes du quotidien sur la régulation déontologique dans lesquels étaient proposés quelques « principes communs [sur lesquels] entendent travailler les journalistes de [la] maison¹ ». Cela revenait à décrire certaines dispositions sur les principaux thèmes déontologiques et les contraintes journalistiques – le refus (individuel et de l'entreprise) des avantages matériels et moraux, les contraintes horaires, le respect du droit de réponse et des rectificatifs – et sur les demandes d'élargissement des dispositifs législatifs, réglementaires et déontologiques, réclamés par d'autres espaces sociaux. De fait, l'élaboration d'une charte était depuis longtemps refusée par *Le Monde*. Tout au plus, les textes de J. Lesourne et de B. Frappat ont réitéré l'adoption et l'acceptation de principes déontologiques majeurs et unanimes par le groupe professionnel des journalistes. La réponse du journal s'inscrit dans l'orientation d'autorégulation professionnelle, au lieu de la régulation extérieure, par le biais de l'adoption de règles

¹ In : J. Lesourne et B. Frappat, « Information et déontologie II. Pièges et dérapages, principes et méthodes », *Le Monde*, 13/02/1993.

supplémentaires : « plutôt que de mettre en place – par quelle autorité supérieure ? – une charte générale, il paraît préférable que la réflexion déontologique de chaque équipe rédactionnelle s'affiche et s'entretienne de débats internes, mais aussi externes² ». Ainsi, le quotidien a refusé l'intervention d'autres acteurs – de juristes et de politiciens, notamment – dans l'espace journalistique et a réaffirmé le leitmotiv du groupe professionnel des journalistes qui est contraire à la mise en place de textes législatifs ou d'organes extérieurs de contrôle. Le renforcement des dispositifs judiciaires ou déontologiques est tenu pour le consentement de l'ingérence d'agents extérieurs au champ journalistique pour faire accepter de normes de conduite imposées par ces derniers.

En contrepartie, la direction du *Monde* proposait l'augmentation de la « transparence sur ses principes et ses méthodes », y compris « l'acceptation du dialogue avec les lecteurs et l'exposé sans fard des difficultés concrètes du métier ». Dès ce document, les mécanismes de développement de la relation avec les lecteurs se configuraient comme l'une des voies possibles pour crédibiliser le quotidien et pour freiner la perte du lectorat. Dans ce schéma, l'instauration d'un médiateur de presse se cadrerait comme une solution originaire du propre espace professionnel des journalistes vis-à-vis des pressions extérieures, ce qui en quelque sorte préservait la souveraineté du groupe avec des pratiques d'autorégulation. Par ailleurs, l'introduction des médiateurs à France Télévision au début 1998 se fait inversement par l'incitation de l'autorité de tutelle, la ministre de Communication C. Trautmann, qui demande aux chaînes publiques de se doter de médiateurs, pour « favoriser l'autodiscipline plutôt que renforcer l'arsenal législatif réglementant la liberté de la presse³ ».

Au *Monde*, la nomination d'un médiateur représente avant tout que, face aux pressions de certains agents externes au champ journalistique visant à l'adoption de mécanismes de contrôle déontologique, le journal pouvait prendre une décision interne. Au début de 1994 et à quelques mois de la commémoration du cinquantenaire du *Monde*, J.-M. Colombani assume la direction de la publication. Dans un article de l'édition du 7 mars, le nouveau directeur expose les « Défis » que le quotidien devrait surmonter ; il serait question « de bouger, de se mobiliser, d'avancer : bref, de changer. Sinon, il sera battu⁴ ». Ainsi J.-M. Colombani propose de faire un « nouveau *Monde* qui sera à la fois le même et un autre ». Les mesures ne se font pas trop attendre. En effet, les changements sont mis en place dès la nomination de la

² In : J. Lesourne et B. Frappat, « Information et déontologie II. Pièges et dérapages, principes et méthodes », *Le Monde*, 13/02/1993.

³ In : F. Amalou, « Mme Trautmann demande aux chaînes du service public de se doter de médiateurs », *Le Monde*, 22/11/1997.

⁴ In : J.-M. Colombani, « Défis », *Le Monde*, 07/03/1994.

nouvelle direction ; un mois après l'ascension de J.-M. Colombani à la tête de la direction du *Monde*, l'introduction de la fonction de médiateur, en avril 1994, annonce et anticipe les modifications du projet éditorial, qui lui est survenu en janvier 1995. Nouvellement investi dans la direction de publication, il désigne les postes de direction⁵ et divulgue une 'innovation' dans la presse française, la création d'un poste de médiateur. En l'espèce, le médiateur du *Monde* répond à cette intention de bouger, de changer « comme il l'a toujours fait⁶ », mais « sans renoncer à [leurs] choix essentiels⁷ ». La fonction de médiateur « témoigne d'une prise d'initiative dans la lutte pour le leadership sur le marché des quotidiens nationaux » (Lavoine, 1995, p. 180), de l'ambition de surmonter de difficultés financières et de réduire le fossé entre les lecteurs et la rédaction, d'une réaction au risque d'être battu, c'est-à-dire au risque de perdre une position dominante dans le champ journalistique.

Avant même la mise en place de la nouvelle formule, plusieurs agents de l'espace social commencent à émettre des appréciations défavorables aux changements qui s'annoncent, au 'nouveau *Monde*'. Les contraintes du marché qui affectent et déstructurent le champ journalistique font « les journalistes et les journaux 'sérieux' [perdre] de leur aura et [être] eux-mêmes contraints de faire des concessions à la logique du marché et du *marketing* » (Bourdieu, 1994, p. 6). Ces « concessions à la logique du marché » font que les médias, en général, et *Le Monde*, en particulier, s'éloignent du modèle de l'information et avancent d'un cran dans le modèle de la communication. Les pratiques professionnelles qui signalent le modèle de la communication sont, par exemple, dans la presse écrite, le développement d'« une rhétorique de l'allocution, de l'adresse, de la mise en scène linguistique du destinataire » (Lavoine, 1991, p. 163). Lorsque *Le Monde* a recours à un médiateur, il s'adapte donc à la rhétorique de l'allocution et prime la relation entre le journaliste et le lecteur. Du reste, en temps de chute de la confiance des français envers la presse écrite, d'emprise de l'audiovisuel et de baisse de la diffusion du *Monde*, les chroniques de A. Laurens, de T. Ferenczi et de R. Solé signalent une volonté de défendre la conception de journalisme du *Monde* et de renforcer son image de l'excellence du journalisme français. En effet, dans la chronique inaugurale de la fonction et neuf mois avant le changement de formule, *Le Monde* manifeste, par l'entremise de son médiateur, le désir de tenir sa « fameuse distance », l'un de ses « traits distinctifs » qui « tranche à l'évidence, avec d'autres formes de

⁵ Conjointement à la nomination du médiateur, N.-J. Bergeroux est désigné directeur de la rédaction. Il remplace B. Frappat, qui devient directeur éditorial du quotidien. En janvier 1996, E. Plenel, qui quitte la rédaction en chef, succède à N.-J. Bergeroux, nommé directeur général adjoint du Monde SA.

⁶ In : A. Laurens, « Un autre regard », *Le Monde*, 14/05/1994.

⁷ In : A. Laurens, « Pour savoir où en est 'Le Monde' », *Le Monde*, 13/02/1995.

journalisme en vogue qui privilégient la personnalisation de l'auteur, la mise en scène de l'actualité⁸ ».

7.1 La relation avec les lecteurs

La rhétorique de la médiation emploie plusieurs termes pour désigner cette fonction. A. Laurens, T. Ferenczi et R. Solé se présentent concurremment comme l'« interlocuteur privilégié » des lecteurs, dans un registre relationnel, le « porte-parole des journalistes », dans un registre corporatif, et une « sorte d'inspecteur des travaux finis, exerçant ce qu'on appellerait ailleurs un 'contrôle de qualité' », dans un registre d'autorégulation du groupe professionnel des journalistes⁹. Pourtant, dans les articles d'annonce de la fonction et dans les chroniques de ses titulaires, la médiation au *Monde* se fonde moins sur l'autorégulation des pratiques professionnelles que sur la relation entre les lecteurs et le journal. Ainsi, *Le Monde* signale la création du poste de médiateur en mettant en avant la relation avec les lecteurs :

« *Le Monde* innove avec l'installation d'un poste de médiateur. Cette initiative, qui constitue une première dans la presse française, doit répondre aux besoins des lecteurs d'avoir un interlocuteur privilégié, qui leur permette de faire valoir leur point de vue en cas de conflit, de tension ou de polémique sur la façon dont tel ou tel événement est traité (ou non traité) dans le journal. Son rôle, hors hiérarchie rédactionnelle, est d'expliquer, de faire comprendre aux lecteurs les conditions de travail des journalistes et leurs pratiques professionnelles, et de permettre à ces derniers de mesurer les réactions des lecteurs. Le médiateur interviendra dans les colonnes pour expliquer, instaurer et entretenir un dialogue entre l'opinion et la rédaction. Il ne se substitue pas au directeur de la rédaction sur les questions de déontologie, mais permet au journal d'être en lien permanent avec ses lecteurs. Ce poste est confié à André Laurens¹⁰ ».

Neuf jours après la sortie de l'article de nomination de A. Laurens, la publication de la sa première chronique dans *Le Monde* est précédée d'un article de présentation de la nouvelle fonction. Sous le titre « Le rendez-vous du médiateur », cet article s'abstient d'en donner une

⁸ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

⁹ In : A. Laurens, *Ibid.*; R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

¹⁰ In : « Au 'Monde' Jean-Marie Colombani nomme l'équipe de direction de la rédaction », *Le Monde*, 23/03/1994.

définition péremptoire, de sorte que la description des attributions du médiateur ne le place pas comme instance d'opposition à la rédaction et/ou à la direction dans la régulation professionnelle. Au contraire, on restreint le champ d'intervention de la personne occupant ce poste en matière de régulation déontologique, qui doit demeurer l'apanage du directeur de la rédaction. L'accent était alors mis sur la relation entre les lecteurs, en tant qu'une réponse au besoin d'avoir un interlocuteur pour expliquer les pratiques journalistiques, en général, et le traitement de l'information dans *Le Monde*, en particulier. Le médiateur est donc caractérisé par une position d'intermédiaire entre la rédaction et les lecteurs.

« Il s'exprimera chaque semaine pour traiter les questions que se posent les journalistes sur leur travail et, aussi, celles que leur renvoient les lecteurs.

Qu'elles se recourent, ou qu'elles s'opposent, elles révèlent des tensions, des incompréhensions, des malentendus, des désaccords que l'on ne saurait laisser en l'état : mieux vaut s'en expliquer franchement, en s'appliquant la transparence que *Le Monde* exige volontiers des autres. Le médiateur s'y emploiera de son mieux. Il le fera en répondant personnellement à tous ceux qui nous écrivent et, pour les questions d'intérêt général, dans les colonnes du journal¹¹ ».

La chronique inaugurale de la médiation – à laquelle l'article de la une renvoie –, reprend et développe l'intention d'éliminer, à travers l'explication et la justification, les « incompréhensions », les « malentendus », les « désaccords » que les lecteurs ont des pratiques professionnelles des journalistes. Dans les premiers paragraphes, A. Laurens se propose initialement d'être le « lien » de maintien de la « relation privilégiée » qui a toujours existé entre la rédaction et les lecteurs, « en raison de la composition de son lectorat » signalée par un courrier abondant. Selon le médiateur, la fonction de médiateur répond à un « besoin [...] de donner plus de cohérence et de réciprocité à cette relation et d'en faire le vecteur d'un supplément de dialogue¹² ». En effet, à ses débuts, le discours de légitimation du médiateur du *Monde* s'ancre principalement dans la relation entre la rédaction et les lecteurs, par l'entremise du titulaire de la fonction, notamment par le renforcement du dialogue. Dans cette chronique inaugurale, en empruntant les termes « interrogation », « incompréhension », « plainte » ou « critique » pour signifier ce que l'article de présentation désigne aussi comme « malentendus » et « désaccords » entre les lecteurs et le quotidien, A. Laurens délimite davantage les modalités du dialogue que veut instaurer le médiateur :

¹¹ In : « Le rendez-vous du médiateur », *Le Monde*, 02/04/1994.

¹² In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

« Dans la pratique, le médiateur du *Monde* sera donc l'interlocuteur privilégié des lecteurs, leur intercesseur au sein du journal pour toute interrogation, incompréhension, plainte ou critique et, réciproquement, le porte-parole des journalistes pour affirmer leur bon droit, exposer leurs difficultés, les contraintes et les limites de leur travail, reconnaître leurs erreurs et en débattre franchement. Il acceptera la discussion sur la manière dont le journal couvre l'actualité et la commente, chaque fois qu'il s'agira de lever une ambiguïté, de dissiper un malentendu ou de s'expliquer sur un silence incompris¹³ ».

Le lien, l'échange et l'écoute des lecteurs par les journalistes correspondent donc plus à « une réponse 'éditoriale' à une ou plusieurs lettres » (Lavoinne, 1995, p. 181), qu'à la régulation des pratiques professionnelles. Cette posture de valorisation de la relation entre la rédaction et les lecteurs va occasionner des critiques – sévères ou modérées – à l'encontre du médiateur du *Monde*. Une année après l'introduction de la médiation de presse au *Monde*, le sociologue et alors directeur de l'Observatoire des pratiques et des métiers de la presse, organisme attaché au Centre de Formation et de Perfectionnement de Journalistes – CFPJ –, J.-M. Charon distinguait dans l'initiative du quotidien une « conception très atténuée du phénomène » (Charon, 1995, p. 99), car le médiateur prenait comme caractéristiques d'expliquer les choix rédactionnels et éditoriaux plutôt que de procéder à des enquêtes et de mener des débats sur les pratiques journalistiques. Les restrictions proviennent encore du groupement des médiateurs de presse. M. Mesquita, le premier *provedor dos leitores* du quotidien portugais *Diário de Notícias*, considère le médiateur du *Monde* comme « une figure (proche) du médiateur¹⁴ ». Avant même l'introduction de la fonction en France, les journalistes s'employaient à configurer la médiation de presse, en établissant son rôle. Pour Y. Mamou, la fonction « ne consisterait pas à pallier la faiblesse du journalisme, mais celle, parfois bien réelle, des journalistes. On s'attaquerait aux personnes et non pas aux entreprises de presse » (Mamou, 1991, pp. 183–184).

D'autre part, dans l'ouvrage *Contre-feux*, P. Bourdieu (1998) estime que « le 'médiateur' spécialement mandaté pour donner le change à des lecteurs conscients du poids sans cesse croissant des préoccupations commerciales dans les choix rédactionnels déploiera ainsi chaque semaine toute sa rhétorique pour essayer de faire croire qu'on peut être juge et partie en ressassant, inlassablement, les mêmes arguments tautologiques ». Pendant le 'mandat' de A. Laurens, les chroniques ne prennent alors pas la configuration de dispositifs de production critiques du traitement de l'information et seront principalement un lieu

¹³ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

¹⁴ « Figura (aproximada) do médiateur » (Mesquita, 1998a, p. 10).

d'explication et de justification des choix rédactionnels du quotidien. Sous cet angle, l'augmentation du flux du courrier, engendrée par la création de la fonction de médiateur, dont le contenu est majoritairement critique au journal, est comparée, par le médiateur comme le témoignage du resserrement du « lien » entre *Le Monde* et les lecteurs. Pourtant, le ton par trop explicatif et justificatif des pratiques professionnelles est évalué, par H. Pigeat, comme facteur de désintérêt de la fonction de médiateur : A. Laurens « a publié occasionnellement des commentaires, des rectifications et des excuses, parfois avec subtilité, toujours avec une modération, un sens de la nuance et une prudence qui l'ont sans doute mis à l'abri de toute polémique interne, mais ont largement dissuadé le lecteur de tout intérêt pour cette rubrique supposée critique » (Pigeat 1997, p. 236). Ces critiques s'en remettent aux caractérisations de J. S. Ettema et T. L. Glasser (1987), qui différencie un médiateur « 'fort' » ou « 'faible' », selon le positionnement critique des pratiques professionnelles des journalistes ou l'adhésion aux choix rédactionnels et éditoriaux du quotidien. En l'espèce, les auteurs de « cette rubrique supposée critique » ont eu des difficultés à l'ériger en dispositif d'appréciation des pratiques professionnelles des journalistes du *Monde*.

A sa troisième chronique, A. Laurens reproduit l'interrogation d'un lecteur sur le bien-fondé de la médiation et des compétences professionnelles de l'ancien directeur de publication du *Monde* à occuper la fonction de médiateur :

« La création d'un poste de médiateur dans ce journal, est-ce une bonne idée en soi ?, nous demande un lecteur. Etes-vous qualifié pour la mettre en œuvre ?, ajoute-t-il. Il en doute fortement : le médiateur ne s'est-il pas permis, dès sa première intervention, de qualifier l'un de ses correspondants de 'bon lecteur du *Monde*' ? C'est donc qu'il y aurait de mauvais lecteurs et que, seuls, les premiers seraient pris en considération ! Sur les deux questions posées, le médiateur est, lui aussi, pris de doute : est-ce une si bonne idée que d'avoir déclenché une telle avalanche de courrier ? On dira que c'est bien la preuve qu'il fallait créer ce lien avec le lecteur¹⁵ ».

Les interrogations du lecteur concernent les appréciations proférées par le médiateur, tandis que, par un déplacement d'objet, la réponse de A. Laurens se centre sur le flux de courrier, en opérant, une autre fois, le rapprochement entre le médiateur et les lettres envoyées par les lecteurs, c'est-à-dire entre le médiateur et la relation avec les lecteurs. L'emplacement de la chronique du médiateur du *Monde* renforce la représentation de la fonction en tant que dispositif d'échange entre les lecteurs et le journal. Dans les pages du *Monde*, la chronique du

¹⁵ In : A. Laurens, « Les faits et leur interprétation », *Le Monde*, 16/04/1994.

médiateur forme avec les lettres de lecteurs qui l'entourent ou la suivent une rubrique, un unique espace interprétatif. Le discours de légitimation de la médiation ne cloisonne pas la chronique du médiateur et les lettres des lecteurs. Ensemble, ces deux unités rédactionnelles forment la « rubrique vouée à l'écoute et à l'échange¹⁶ ». De fait, la chronique et les lettres sont des fractions de la rubrique « Au courrier du 'Monde' ».

D'ailleurs, l'établissement d'une unité – d'espace et d'interprétation – entre les lettres circonvoisines et la chronique du médiateur est manifesté par le choix délibéré de son emplacement, puisque la chronique du médiateur a trouvé « naturellement sa place dans la page réservée au courrier¹⁷ ». Cet emplacement pourtant n'est pas « naturellement » tenu par d'autres médiateurs de presse, dont les chroniques ne sont pas voisines, sur la même page, du courrier du lecteur. Par exemple, au *Washington Post* et à l'*El País*, le titulaire de la fonction partage la page avec d'autres auteurs d'articles d'opinion, et au *Diário de Notícias*, le *provedor dos leitores* dispose exclusivement de la page deux. Dans une analyse diachronique de la manière dont les médiateurs exposent la finalité de leur fonction, on remarque pourtant l'adoption d'un discours davantage incisif où la médiation de presse est associée, bon gré mal gré, à la régulation de certaines pratiques professionnelles, en quelque sorte en rupture avec la définition initialement élaborée par A. Laurens.

En effet, c'est A. Laurens, dans sa dernière chronique « L'écoute, en priorité », à la fin juin 1996, donne la possibilité, de mettre en œuvre un nouvel agencement de la description de la fonction, qui sera employé par ses successeurs. La rhétorique d'explication des méthodes de travail et des choix rédactionnels, amorcée dès les premiers textes – ainsi « mieux vaut s'en expliquer franchement », dans le texte de présentation de la fonction, et « s'expliquer sur un silence incompris¹⁸ », dans la chronique inaugurale – prend son essor. Pour nourrir le prétendu « échange », le médiateur de presse « explique » les pratiques professionnelles des journalistes aux lecteurs :

« Dans son désir de nourrir l'échange, le médiateur a souvent, il est vrai, expliqué comment travaillent les journalistes, quelles sont les contraintes du métier, celles d'un quotidien tel que *Le Monde*, les valeurs morales, les références culturelles et sociales auxquelles sa rédaction s'adosse. [...] C'était pour participer

¹⁶ In : A. Laurens, « L'écoute, en priorité », *Le Monde*, 24/06/1996.

¹⁷ In : « Le rendez-vous du médiateur », *Le Monde*, 02/04/1994.

¹⁸ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

à un dialogue n'excluant ni la reconnaissance des erreurs, fautes et dérapages ni le droit d'assumer des choix et jugements du journal, si contestés qu'ils soient¹⁹ ».

7.1.1 Un cran de déontologie

Après cette chronique de A. Laurens, la rubrique du médiateur ne réapparaît aux pages du journal qu'à la mi-novembre 1996. Et cela parce qu'au *Monde*, personne ne voulait accepter être désigné comme étant le deuxième médiateur et la situation ne se débloque qu'au moment où T. Ferenczi se présente au poste, en justifiant vouloir « 'prendre du recul' » (Champagne, 2000, p. 9) de ces activités professionnelles habituelles. Suite au hiatus des grandes vacances, l'article du journal sur cette nomination et les textes du nouveau titulaire de la fonction adoptent une description de la mission du médiateur dans laquelle ressort l'explication des pratiques professionnelles et apparaît la régulation professionnelle de la rédaction. Dans les chroniques des continuateurs de A. Laurens, l'usage de termes « écoute », « échange » et « dialogue » s'émousse et devient moins fréquent. Pendant les deux années au cours desquelles T. Ferenczi a occupé cette fonction, les définitions de la médiation figurant dans ses textes ont fait économie de ces termes. Ces mots réapparaissent non pas pour caractériser la fonction de médiateur, mais pour signifier le voisinage d'opinions divergentes dans les pages du journal comme résultant de lettres reçues. Dans une chronique, T. Ferenczi traite des correspondances envoyées au journal dont le contenu est agressif en déplorant les lettres qui « blessent leur destinataire » :

« Ces correspondants coléreux n'imaginent pas que puissent exister entre eux et les rédacteurs qu'ils prennent pour cibles de légitimes différences d'appréciation et que celles-ci soient de nature à susciter un échange d'idées plutôt qu'une bordée d'injures. [...] Si la discussion entre lecteurs et rédacteurs ne peut qu'être bénéfique à la presse, ce dialogue ne peut avoir lieu sans un minimum de respect mutuel. Certes les rédacteurs doivent apprendre à écouter ce que disent leurs lecteurs et montrer qu'ils sont disposés à en tenir compte, ne serait-ce qu'en répondant à leurs lettres : le médiateur s'emploie à les en convaincre. Toutefois les lecteurs pourraient aussi y mettre du leur en acceptant l'idée que les journalistes du *Monde* ne sont ni des falsificateurs ni des irresponsables, mais des hommes et des femmes qui aiment leur métier, n'ignorent pas les questions qu'il suscite et tentent de l'exercer aussi honnêtement et aussi sérieusement

¹⁹ In : A. Laurens, « L'écoute, en priorité », *Le Monde*, 24/06/1996.

que possible. Ils sont même prêts à reconnaître leurs erreurs, à condition qu'on les leur signale avec un peu de civilité²⁰ ».

Cet agencement formulé par T. Ferenczi réside dans la situation où se situe le dialogue, l'échange, la discussion. Le rôle de vecteur de dialogue n'est plus joué par la chronique, mais par les correspondances adressées au *Monde*, que le médiateur a pour attribution de traiter.

Dans l'article sur la nomination de T. Ferenczi et les chroniques qu'il signe la définition et les caractérisations de la médiation de presse évoluent et font état du renforcement des attributions du titulaire du poste :

« La fonction de 'médiateur' est une spécificité de notre journal au sein de la presse française. Elle correspond au souci d'instituer au sein de la rédaction une autorité indépendante qui puisse prendre parti en toute liberté sur les débats déontologiques. [...] Chargé d'approfondir et d'élargir le rôle du médiateur, Thomas Ferenczi a également la responsabilité de l'élaboration d'un 'livre de style' du Monde, définissant précisément nos règles rédactionnelles²¹ » ;

« Le rôle du médiateur est d'expliquer aux lecteurs, lorsqu'il est saisi d'un litige ou d'une contestation, ce que sont ces règles et, le cas échéant, d'attirer l'attention de la direction sur les circonstances où, selon lui, elles ne sont pas respectées. Son avis n'engage évidemment que lui-même²² » ;

« Le médiateur a reçu pour mission de favoriser une meilleure compréhension entre les lecteurs et les rédacteurs du *Monde*. Aux premiers, qui lui font part de leurs critiques, il tente de faire comprendre comment travaillent les journalistes, quelles règles ils appliquent, pourquoi il leur arrive de se tromper. Aux seconds, qui sont mis en cause dans les lettres des lecteurs, il essaie d'expliquer ce que ceux-ci, à tort ou à raison, leur reprochent²³ ».

Au *Monde*, dès le début du 'mandat' de T. Ferenczi, les termes définitoires de la médiation de presse convertissent le dialogue en explication et compréhension, et cela dans les deux sens. D'un côté, selon les caractérisations mises en circulation par le journal, le titulaire de ce poste explique et fait comprendre aux lecteurs les principes du travail journalistique. D'un autre côté, il intervient auprès des journalistes du quotidien pour expliquer les réclamations des lecteurs. Cette caractérisation de la fonction renvoie à la position d'intermédiaire entre les lecteurs et la rédaction, position qui est la racine historique de l'emploi du mot 'médiateur', et à un rôle de décodage des pratiques professionnelles des journalistes. Auparavant, A. Laurens avait déjà inscrit une mission d'explication sur la

²⁰ In : T. Ferenczi, « De l'agressivité et du respect mutuel », *Le Monde*, 03/02/1997.

²¹ In : « Thomas Ferenczi est nommé médiateur du 'Monde' », *Le Monde*, 07/11/1996

²² In : T. Ferenczi, « 'L'indispensable, la bienfaitante publicité...' », *Le Monde*, 23/12/1996.

²³ In : T. Ferenczi, « Fin de mandat », *Le Monde*, 27/07/1998.

manière dont les journalistes travaillent, dans le but de « nourrir l'échange [...] participer à un dialogue²⁴ ». Les définitions de la médiation de presse produites par T. Ferenczi ajoutent des mots qui n'étaient guère utilisés, de sorte que passent à être employés dans la caractérisation de la fonction les termes « mission » et « règles »²⁵.

De fait, la nomination de T. Ferenczi appelle à une présentation de la définition de médiateur distincte de celle produite au moment de la création de la fonction. Ceci marque une extension du champ d'intervention du titulaire de la fonction en ce qui concerne la régulation professionnelle de la rédaction. Si dans la première caractérisation de la médiation de presse, on écrit que la personne occupant ce poste « ne se substitue pas au directeur de la rédaction sur les questions de déontologie²⁶ », ensuite on passe à « une autorité indépendante qui puisse prendre parti en toute liberté sur les débats déontologiques ». Par cette nouvelle caractérisation, le médiateur ne remplace pas le directeur de la rédaction dans la régulation professionnelle. Toutefois, le titulaire de la fonction se présente comme une instance de contrôle des pratiques professionnelles distincte et qui peut « prendre parti » dans les appréciations du traitement de l'information.

De même la rédaction du livre de style du quotidien apparaît comme un accroissement de la fonction de médiateur, quoique à la fin du 'mandat' de T. Ferenczi cet ouvrage soit toujours en préparation. Cette publication devrait contenir les règles déontologiques et d'écriture qui « figurent déjà, pour une large part, dans des documents internes qui serviront de base au texte définitif²⁷ ». Avec le changement de titulaire, R. Solé parle d'un « guide rédactionnel » et non plus d'un « livre de style » dont le lancement est souvent ajourné parce qu'il « reste à compléter²⁸ ». Au total, toutes ces mesures participent au renforcement de la configuration initiale de la médiation au *Monde*.

²⁴ In : A. Laurens, « L'écoute, en priorité », *Le Monde*, 24/06/1996.

²⁵ Ces termes ne sont pas absents dans les chroniques de Laurens, au contraire on le retrouve assez fréquemment comme dans « Les règles invoquées, celles de la nécessaire distance, de la séparation des faits et du commentaire, de l'information contradictoire, ne sont pas toujours faciles à appliquer » (« Les faits et leur interprétation », *Le Monde*, 16/04/1994) et « Bonne occasion de s'expliquer sur nos choix dans ce domaine » (« Flagrant dessein », *Le Monde*, 20/02/1995). Ils ne sont pas qu'utilisés dans les définitions de la fonction.

²⁶ In : « Au 'Monde' Jean-Marie Colombani nomme l'équipe de direction de la rédaction », *Le Monde*, 23/03/1994.

²⁷ In : T. Ferenczi, « 'L'indispensable, la bienfaisante publicité...' », *Le Monde*, 23/12/1996.

²⁸ In : R. Solé, « Précision du médiateur », *Le Monde*, 09/11/1998.

7.1.2 Pédagogue et avocat

Dans les chroniques de R. Solé apparus en 1998, à l'exemple de sa chronique inaugurale en tant que médiateur, le rôle de soutenir le dialogue est formulé au conditionnel :

« Son souci devrait être de favoriser un dialogue entre ceux qui font le journal et ceux qui le lisent²⁹ ».

Et, contrairement à la caractérisation fournie par A. Laurens – « le porte-parole des journalistes pour affirmer leur bon droit, exposer leurs difficultés, les contraintes et les limites de leur travail, reconnaître leurs erreurs et en débattre franchement³⁰ » –, dans sa première chronique en tant que troisième médiateur du *Monde*, R. Solé présente sa fonction d'une autre manière :

« Depuis 1994, un médiateur, nommé par la direction, veille au respect des règles que *Le Monde* s'est lui-même fixées. [...] Le médiateur est une sorte d'inspecteur des travaux finis, exerçant ce qu'on appellerait ailleurs un 'contrôle de qualité'. Il le fait soit de sa propre initiative, soit en s'appuyant sur les réactions des lecteurs, dont il est l'interlocuteur privilégié. [...] Le médiateur n'est pas le porte-parole des journalistes, même s'il lui arrive d'expliquer, voire de justifier, leur travail. Il n'est pas non plus le porte-voix des lecteurs, même s'il relaie souvent leurs protestations³¹ ».

Si le caractère pédagogique n'est pas clairement prononcé, le titulaire de la fonction peut en faire état lorsqu'il s'adresse à un public spécialisé. Au colloque « Presse et télévision. Concurrentes, adversaires ou partenaires ? », à la Fondation Singer Polignac, R. Solé raconte qu'il « rédige une chronique où il se fait l'avocat des lecteurs, et parfois pédagogue quand il s'agit d'expliquer le fonctionnement du journal » (Solé, 1999a). Or, cet équilibre entre « avocat des lecteurs » et « pédagogue » ne se manifeste pas dans les pages du *Monde*. Sur le site Internet du *Monde*, par exemple, le médiateur du *Monde* concentre les critiques des mécanismes de régulation professionnelle du journal, par le biais de réclamations des lecteurs :

²⁹ In : R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

³⁰ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

³¹ In : A. Laurens, *Ibid.*

« Chargé de veiller au respect des règles professionnelles et déontologiques par les journalistes du Monde, le médiateur est également appelé à trancher les désaccords qui apparaissent entre les lecteurs et les rédacteurs. C'est lui qui traite le courrier adressé au journal par les lecteurs³² ».

En fait, cette diversité de modalités de définition de médiateur semble être plus le résultat d'une différenciation stylistique entre les trois médiateurs, chacun cherchant à produire une définition originelle, un angle différent que le fait d'un changement radical de la définition de la fonction. Du reste, dans les situations où est fournie une définition de leur fonction, comme lors d'interventions à des colloques ou dans leurs articles publiés par des revues à vocation scientifique, T. Ferenczi et R. Solé, davantage que A. Laurens, insistent sur le rôle de contrôle des pratiques professionnelles. Cela s'accompagne d'un changement graduel de la thématique et des modalités d'appréciation des pratiques professionnelles. Mais, ces modifications n'impliquent pas un passage du médiateur du *Monde* centré sur la relation lecteur-rédaction à un médiateur du *Monde* uniquement consacré au contrôle des pratiques professionnelles.

7.2 L'absence de statut

Au *Monde*, l'introduction de la médiation de presse n'a pas été devancée ni suivie par l'adoption d'une lettre de mission, par l'établissement d'un statut ni par la modification du contrat de travail du journaliste nommé à la fonction. A la chronique inaugurale de la fonction, A. Laurens fait état de l'inexistence d'une caractérisation précise et restrictive du statut, des activités professionnelles et des attributions du médiateur. La responsabilité de la délimitation de champ d'action est repassée à la rédaction et aux lecteurs : « Le rôle du médiateur, tel que l'a créé la nouvelle direction du *Monde*, reste largement à inventer. Nous allons nous y employer. Nous, c'est-à-dire tous ceux qui font ce journal et tous ceux qui le lisent³³ ». Cette indéfinition annoncée semble davantage une stratégie énonciative. De fait, son champ d'action était antérieurement posé par le déplacement des modèles utilisés au

³² Page du médiateur, sur le site Internet du *Monde*.

³³ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

Washington Post et à *l'El Pais*³⁴, dont le médiateur du *Monde* reprend les activités professionnelles de réception et de traitement des communications des lecteurs et la publication d'une chronique sur le traitement de l'information.

Pourtant, au *Monde*, la fonction de médiateur est marquée par l'absence de règlements statutaires. Lorsque A. Laurens, T. Ferenczi et R. Solé ont investi le poste de médiateur du *Monde*, ils avaient derrière eux plus de vingtaine années d'activité professionnelle dans le titre et ont pris de nouvelles responsabilités sans modifier ni leur salaire ni leur contrat de travail. Une période de stabilité après le terme du 'mandat' et/ou une indemnité forfaitaire ne sont pas prévues pour le médiateur du *Monde*, qui n'a pas de 'mandat'³⁵ fixe. En de l'absence de règles formalisées en ce qui concerne la médiation du *Monde*, la durée du 'mandat' du médiateur peut être pourtant réduite ou rallongée et aucune sanction n'est prévue dans ce cas. Les deux premiers sont restés dans la fonction pendant deux années, durée *a priori* de la fonction, tandis que R. Solé est resté plus longtemps que ses prédécesseurs, une durée définitivement dépassée depuis qu'en septembre 2001 il a entamé la troisième année en tant que médiateur. Au terme du 'mandat', l'avenir des médiateurs a été bien différent en raison de leur parcours professionnel différent. A. Laurens a pris sa retraite, tout en signant épisodiquement des chroniques (nécrologiques) et des critiques de livres. Deux années plus tard, en laissant la fonction de médiateur, T. Ferenczi prend une année sabbatique, et s'installe pendant une année aux Etats-Unis. A son retour, il reprend sa fonction de directeur adjoint à la rédaction du journal.

En ce qui concerne les activités professionnelles, aucune règle formelle ne circonscrit le rapport entre le médiateur et la rédaction. Pourtant, dans ce quotidien, la distinction des services du journal, dont l'appréciation relève des compétences du médiateur et les types de lecteur dont le titulaire de la fonction s'occupe, est bien nette. Le médiateur « centralise les correspondances qui interpellent *Le Monde* sur la manière dont il rend compte de l'actualité et sur les commentaires que celle-ci lui inspire³⁶ » et « examine, à la demande des lecteurs³⁷ » les méthodes de travail des journalistes du journal. Ces caractérisations ont trois implications : le statut du plaignant, le type de réclamation et le champ d'intervention du médiateur. Le médiateur du *Monde* se démarque par l'attribution de traitement et par la réponse aux lettres envoyées par des lecteurs pris isolément, c'est-à-dire qu'il ne se charge ni des lettres ni des

³⁴ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

³⁵ T. Ferenczi a pourtant utilisé le mot, dans sa chronique de départ de la fonction. In : T. Ferenczi, « Fin de mandat », 27/07/1998

³⁶ In : A. Laurens, « Post-scriptum », *Le Monde*, 04/06/1994.

³⁷ Ferenczi (1998, p. 107).

sources d'information, ni des groupes. Son action est normalement limitée à la vérification des réclamations sur les pratiques professionnelles détectées par les lecteurs. La fonction de médiateur du *Monde* n'a alors pas pour premier objectif de produire une appréciation du traitement de l'information ; celle-ci survient en corollaire de son action en tant qu'intermédiaire des critiques des lecteurs. Ainsi, la production d'une critique interne de l'édition devant être quotidiennement distribuée quotidiennement à la rédaction ne fait pas partie des attributions du médiateur du *Monde*. Au demeurant, le titulaire de la fonction de médiateur ne réalise pas d'enquêtes sur sa propre initiative³⁸. De même que la critique des médias concurrents et des contre-enquêtes motivées par les réclamations au sujet des sources d'information sont exclues des activités professionnelles du médiateur du *Monde*.

Au demeurant, le médiateur est le responsable désigné de la correspondance qui figure sous la rubrique courrier du lecteur, de telle façon qu'il lui revient de choisir les lettres qui « trouveront un écho dans cette page, réservée au courrier des lecteurs³⁹ ». Le premier médiateur du *Monde* agglutinait toutes ces attributions, à savoir publier une chronique régulière et choisir le courrier qui est publié par le journal, si bien que l'explication des critères de sélection des lettres des lecteurs est un thème qui revenait dans plusieurs textes de A. Laurens.

Si les lettres publiées sont choisies afin de privilégier « la spontanéité de réactions émanant plus d'individus que de groupes organisés⁴⁰ », les lettres auxquelles le médiateur répond dans sa chronique ont aussi ce trait : le médiateur n'a affaire qu'avec le lecteur isolé ; les réclamations des groupes, d'associations, de personnes ayant pignon sur rue ne sont que sporadiquement accueilli par lui, et les personnes mentionnées par les articles du journal qui veulent un droit de réponse sont acheminés à un autre service. En fait, dans ce journal, tout ce qui concerne le droit de la presse et qui peut donner lieu à un droit de réponse est placé sous la responsabilité d'un autre service. Ainsi, la personne, physique ou morale, citée dans le journal, qui demande le droit de réponse doit s'adresser au directeur de la publication. Les critères de sélection des lettres qui sont publiées sous la rubrique du courrier des lecteurs absorbent dix-neuf sur 195 chroniques du médiateur du *Monde*.

³⁸ Dans la première chronique en tant que médiateur, R. Solé affirme toutefois qu'une des attributions du médiateur est de contrôler, de sa propre initiative, la qualité du journal qui arrive aux mains du lecteur. Mais rare sont les chroniques dont le sujet n'a pas d'origine une critique ou une réclamation des lecteurs.

³⁹ In : A. Laurens, « Post-scriptum », *Le Monde*, 04/06/1994.

⁴⁰ In : A. Laurens, « Les limites du débat », *Le Monde*, 30/04/1994.

7.3 La délimitation du champ d'action

Quant à l'emplacement des bureaux du médiateur du *Monde*, comme au *Folha de S. Paulo*, ils sont installés au siège du journal, quoique placés à un autre étage que celui de la rédaction. Il est rare qu'un lecteur se déplace pour avoir rendez-vous avec le médiateur. Dans les chroniques des titulaires de la fonction, il n'est fait mention nulle part de moyens de communication avec le médiateur du *Monde*. Dans les autres journaux ayant un médiateur de presse, les moyens de prises de contact avec le titulaire de la fonction – téléphone, fax, adresse postale et électronique – sont partiellement ou intégralement rappelées au pied des chroniques, comme au *Washington Post*, à l'*El País*, au *Diário de Notícias*. Pour lui téléphoner, il est nécessaire de passer par le standard du journal. Pour lui écrire, il faut chercher l'adresse du journal figurant sur l'ours. Les lettres envoyées à d'autres services et qui réclament à propos du contenu du quotidien sont retransmises au médiateur. Mensuellement, environ un millier de lettres arrivent au bureau du médiateur, divisées entre celles qui demandent leur publication dans le journal et celles qui s'adressent aux rédacteurs en chef. Les appels téléphoniques sont aussi moins fréquents que les lettres et le courrier électronique. En juin 1999, un quart du courrier arrivait par l'Internet et la tendance est à la croissance en nombre de ce support⁴¹.

Le médiateur délimite son champ d'action ; il exclut l'émission d'appréciation sur le « fond⁴² », sur « l'architecture du journal (ce qu'on appelle 'la formule')⁴³ », « sur les choix éditoriaux du *Monde*⁴⁴ » et sur les « opinions » de ses correspondants, c'est-à-dire des lecteurs, des journalistes et des auteurs d'articles d'opinion publiés occasionnellement dans le journal⁴⁵. L'intervention du médiateur du *Monde* devrait « s'assurer que l'information donnée a été aussi complète, aussi exacte, aussi 'objective' que possible et que les divers points de vue ont pu se faire entendre⁴⁶ ». Le rôle de la personne occupant la fonction serait « de juger s'il y a eu, ou non, manquement aux règles rédactionnelles du *Monde*, qui

⁴¹ In : R. Solé, « www.lemonde.fr », *Le Monde*, 14/06/1999.

⁴² In : T. Ferenczi, « Querelles de familles », *Le Monde*, 29/09/1997.

⁴³ In : R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

⁴⁴ In : T. Ferenczi, « Sept semaines avec le Front national », *Le Monde*, 07/04/1997 et R. Solé, « Un éditorial simplificateur », *Le Monde*, 05/10/1998.

⁴⁵ In : T. Ferenczi, « Manquements aux règles », *Le Monde*, 16/12/1996.

⁴⁶ In : T. Ferenczi, « Querelles de familles », *Le Monde*, 29/09/1997.

définissent notre 'contrat de lecture' avec nos lecteurs⁴⁷ », de « donner son avis sur les choix rédactionnels, le contenu ou la présentation des articles, la justesse des titres, la pertinence de l'argumentation, la place faite aux diverses opinions, la diversité des signatures extérieures...⁴⁸ ». En fait, « ils défendent la conception du journalisme que propose le journal qui les emploie. Mais ils le font avec l'aide des lecteurs⁴⁹ ». En d'autres mots, ils partagent les choix éditoriaux du journal, sur lesquels ils évitent de donner leur appréciation. Pourtant, si la critique du lecteur est fondée, le médiateur fait une exception, et peut traiter, par exemple, du contenu des éditoriaux⁵⁰.

⁴⁷ In : T. Ferenczi, « Manquements aux règles », *Le Monde*, 16/12/1996.

⁴⁸ In : R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

⁴⁹ In : T. Ferenczi, « Ombudsmen de tous les pays... », *Le Monde*, 12/05/1997.

⁵⁰ In : T. Ferenczi, « Les boutefeux du Kosovo », *Le Monde*, 15/06/1998.

8 Les activités professionnelles et les propriétés de la chronique de l'*ombudsman*

Pour traduire l'autonomie du titulaire de la fonction vis à vis de la direction du journal, le *Folha de S. Paulo* a tout d'abord mis en place les règlements de la fonction. La nomination du premier ombudsman s'est accompagnée de la détermination des règles, en guise de dispositions statutaires juridiques. Ainsi, dans la première chronique de C. T. Costa, on retrouve la présentation des nouvelles charges avec la description de ces attributions et le règlement de la fonction qui prend corps dans l'encadré explicatif de la fonction de l'*ombudsman*, situé, dès lors, au bas de chaque chronique.

8.1 Donner à voir l'autonomie

Avec les règles instituées par le *Folha*, l'affaiblissement des liens de subordination de l'employé à l'employeur prenait une place importante : l'*ombudsman* – un salarié du journal – s'est vu conférer un 'mandat' d'une durée annuelle, renouvelable une deuxième année, en cas d'accord entre l'*ombudsman* et la direction de la rédaction. L'*ombudsman* ne pouvait pas être renvoyé pendant la durée du 'mandat' et il avait la garantie complète de la stabilité de son emploi durant tout son 'mandat' ainsi que pour encore une année supplémentaire. Par la suite,

ces normes ont été corrigées : depuis janvier 1998, l'*ombudsman* peut exercer la fonction durant une période maximale de trois années consécutives, au lieu de deux années, toujours rétablie annuellement et la garantie de la stabilité de l'emploi est réduite à six mois, au lieu de douze mois.

De surcroît, d'autres dispositifs ont été élaborés pour compléter les signes apparents de l'autonomie de l'*ombudsman*. C'est le cas de l'emplacement des bureaux du titulaire de la fonction qui prend en considération qu'une séparation physique attesterait d'une volonté de distanciation symbolique par rapport à la rédaction. Pourtant, la pancarte *ombudsman*, affichée trois ans avant l'implantation effective de la fonction, faisait état d'un autre agencement de l'espace physique ; les bureaux de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* étaient originellement prévus à côté des bureaux du directeur de la rédaction, des secrétaires de rédaction et d'autres membres de la hiérarchie. Lors du démarrage effectif de la médiation de presse, l'emplacement était finalement différent. Les bureaux de C. T. Costa étaient localisés dans un bâtiment voisin de la rédaction du *Folha de S. Paulo*, où étaient placés également les départements administratifs et publicitaires du quotidien. Cet emplacement des bureaux a été sollicité par son propre occupant qui estimait qu'un éloignement physique de la rédaction « stimule l'idée de distanciation, ce qui est le minimum qu'on puisse exiger de la part d'un *ombudsman* » Costa (1991, p. 23). La distanciation est alors intentionnellement configurée pour marquer l'autonomie de l'*ombudsman* par rapport à la rédaction :

« La distanciation du représentant des lecteurs à l'égard de la rédaction et des journalistes est essentielle pour son travail critique – s'il aspire à une présence critique et incisive. Pour cela, le bureau de l'*ombudsman* du *Folha*, originalement prévu pour occuper des locaux contigus à la direction du journal, a même déménagé de bâtiment¹ ».

Plus tard, les bureaux ont déménagé une autre fois et ils sont actuellement localisés dans le même immeuble que la rédaction du *Folha* mais à un autre étage. Néanmoins, indépendamment du fait d'être installé dans le même bâtiment que la rédaction ou du moins dans un bâtiment contigu, les bureaux de l'*ombudsman* ont été toujours placés dans les limites de l'entreprise de presse et les lecteurs qui écrivent à l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* lui font parvenir un courrier libellé à l'adresse de journal.

¹ « O distanciamento do representante dos leitores em relação à redação e aos jornalistas é essencial para seu trabalho crítico – se ele almeja uma presença crítica e incisiva. Por isso, a sala do *ombudsman* da *Folha*, originalmente prevista para ocupar lugar próximo à direção do jornal, mudou até de prédio » (Costa, 1991, p. 23).

8.1.1 Les attributions professionnelles de l'ombudsman

La chronique du médiateur de presse n'est pas son unique attribution, mais, selon la modélisation mise en circulation par l'ONO, elle est la plus importante parce qu'elle doit être le moyen de publiciser les appréciations concernant le traitement de l'information. En règle générale, à la différence des papiers des autres membres de la rédaction du titre, la chronique produite par l'*ombudsman* n'est pas soumise à la relecture et n'a pas besoin d'autorisation de publication. Les dispositions réglementaires de la fonction fixent une périodicité hebdomadaire – les dimanches – qui doit être strictement obéie. Au *Folha de S. Paulo*, l'*ombudsman* accepte de vérifier les plaintes de ceux qui considèrent que le journal leur a porté préjudice. Recevoir les demandes de rectificatifs, même si ce sont d'autres services qui vérifieront et publieront, fait partie de ses activités. Mais, le choix des lettres qui seront publiés dans la page consacrée au courrier des lecteurs ne fait pas partie de ces fonctions. L'*ombudsman* peut demander au rédacteur en chef du « Painei do Leitor » (« Panel du Lecteur »), rubrique appartenant au courrier du lecteur, de publier un courrier qui lui a été adressé ; le choix ne retombe pourtant pas sur l'*ombudsman*.

L'*ombudsman* n'a pas non plus la faculté de parcourir la rédaction et d'interpeller les journalistes à l'égard des réclamations des lecteurs. En conformité avec les dispositions bureaucratiques et hiérarchiques de la rédaction, les rapports professionnels entre l'*ombudsman* et la rédaction sont soumis à une routinisation, ce qui constitue une entrave à l'autonomie de l'*ombudsman*. Pour vérifier les réclamations des lecteurs et/ou pour communiquer leur appréciation quotidienne concernant l'édition du journal, l'*ombudsman* doit, selon les résolutions de la direction de la rédaction, en passer par un contact formel et normalisé avec les membres de la rédaction, dont la propre direction de la rédaction sert d'intermédiaire. Son contact professionnel avec la rédaction ne se fait que s'il est « préalablement autorisé par la direction de la rédaction » (*Novo Manual da Redação*, 1992). L'*ombudsman* n'a pas l'autorisation de s'adresser personnellement à un journaliste pour enquêter sur les plaintes des lecteurs : il reçoit la critique du lecteur, et le cas échéant, l'expédie à la direction de la rédaction, qui la retransmet à la personne ou au service concerné. C'est l'apanage de la direction de rédaction de recevoir la réponse et de la faire parvenir à l'*ombudsman*. A l'occasion, il procède à une contre-enquête pour vérifier les erreurs d'information et, pour se départager, il consulte différents spécialistes, telles que des sources d'information ou des experts.

En plus de la production d'une chronique hebdomadaire et du traitement des réclamations des lecteurs, l'*ombudsman* du *Folha* rédige, du lundi au vendredi, une critique interne, qui circule dans la rédaction au début de l'après-midi. Il s'agit de l'examen de l'édition quotidienne du titre où l'*ombudsman* peut ajouter les critiques et les interrogations des lecteurs. Dans la critique interne, la formulation d'une question, la demande d'explications ou d'éclaircissements ou d'informations complémentaires n'obligent pas le rédacteur, le reporter ou le rédacteur en chef de la rubrique concerné à réagir ; selon son bon vouloir, le journaliste peut fournir ou non une réponse à l'*ombudsman*. N'ayant pas de fonction délibérative, toutes ses propositions, suggestions et appréciations, insérées dans la chronique ou dans la critique interne, sont donc soumises à l'approbation de la direction de la rédaction. L'*ombudsman* n'a pas le pouvoir de faire paraître un rectificatif ou de demander la modification des pratiques professionnelles, d'exiger la publication d'un supplément d'information, ou, au contraire, de réclamer l'interruption de papiers sur déterminé sujet.

8.2 Maquettes et entours de la chronique de l'*ombudsman*

En correspondance avec les classements des formes de l'écriture journalistique, les textes signés par les médiateurs de presse se s'identifient en tant que chronique, terme utilisé volontiers par les titulaires de la fonction. Derrière cette constatation banale, une certaine dispersion terminologique et conceptuelle caractéristique des discours et genres journalistiques se faufile. La consultation des ouvrages usuels, comme les lexiques et les dictionnaires de communication ou de la presse, sème le doute plus qu'elle n'éclaircit le débat. Par exemple, ce que propose D. Ruellan² diffère des catégories de M. Mouillaud et J.-F. Tétu³.

Voici quelques exemples de définitions du terme 'chronique' trouvées dans des lexiques de presse ou dans des ouvrages consacrés à l'écriture journalistique : la chronique « désigne une rubrique à emplacement fixe [...] tenue par plusieurs collaborateurs du journal, dont la signature s'y retrouve régulièrement, quoique avec une périodicité variable. Porte sur tout

² Sans vouloir être exhaustif, D. Ruellan (1993, p. 153) cite l'enquête, le récit, le portrait et l'interview.

³ Dans la liste formulée par M. Mouillaud et J.-F. Tétu (1989, p. 66), on discerne l'éditorial, le billet, la chronique, le reportage, l'interview, les brèves, etc.

sujet d'actualité, quelle que soit sa nature ; aussi bien le faits divers [...] que l'événement sportif [...]. Son ton traditionnellement léger laisse de plus en plus de place à l'analyse politique, sociologique ou linguistique. Elle conserve cependant une allure très personnelle, notamment par la place qu'y tient le destinataire » (Lavoine, 1975) ; On distingue aussi un « article de commentaire ou d'expression personnelle paraissant à intervalle régulier, signé par un collaborateur extérieur ou un journaliste de renom, traitant dans un style personnel, au gré de l'inspiration de son auteur mais dans le thème de sa spécialité, d'un sujet n'ayant que des rapports diffus avec l'actualité. L'attrait de la chronique tient autant à la réputation de son auteur ('la signature') qu'au sujet traité » (Albert, 1989, p. 33) ; et veut encore dire un « genre journalistique dont la nature a évolué dans le temps. À l'origine, il s'agissait d'un article rapportant les événements relevant d'un domaine particulier d'activité. Aujourd'hui, il s'agit d'un article de commentaire général, au sein d'une rubrique spécialisée, dévolu le plus souvent à un chroniqueur dont la signature a acquis, dans sa spécialité, une notoriété suffisante pour retenir l'intérêt du lecteur » (Balle, 1998.)

Ces mises au point des travaux de caractérisation des termes de la presse servent de socle à la compréhension des propriétés formelles des discours et des variables possibles, même si ceci reste seulement sémantique, appartenant à un genre rédactionnel. De toutes ces définitions du terme « chronique », on retient la régularité (à intervalles réguliers, mais pas quotidienne) ; le contenu (ton léger, allure personnelle, style personnel), la thématique (variable, « au gré de l'inspiration de son auteur », des « circonstances », ou selon la spécialité de l'auteur), l'auteur (grande signature, personnalité extérieure ou journaliste de renom, notoriété). Dans ces aspects formels, la chronique du médiateur de presse est rapidement classée parmi les textes d'opinion du journal. Selon la catégorisation de Y. de La Haye (1985), ces chroniques se rangent dans la « dissertation » en opposition à deux autres genres rédactionnels – la narration et l'information brute. Pourtant, le texte du médiateur de presse, aussi bien que les autres textes du journal, n'est pas tout à fait engoncé dans de seules restrictions de genre. Dans la dissertation du médiateur, on trouve également de la narration et de l'information brute, même si la dissertation est la forme prédominante d'expression. Certaines caractéristiques de la dissertation décelées par La Haye font partie des textes du médiateur : à chaque chronique, on remarque l'orchestration des « thèmes avec un lexique, une syntaxe et une rhétorique préférentielle ». La disposition des arguments obéit à un certain agencement. Les variations lexicales et stylistiques de chaque occupant de la fonction ne compromettent pas les aspects formels de la chronique. La chronique du médiateur de presse

n'est pas simplement un rapport de ses activités ; elle peut aussi bien apporter des réponses aux critiques des lecteurs et des recommandations au média, qu'apporter une appréciation personnelle du médiateur sur la façon dont le média qui l'emploie et les autres médias ont traité l'actualité.

Dans ce chapitre, nous allons décrire la maquette des chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* et des médiateurs du *Monde*, et spécifier aussi les caractéristiques des textes environnants. La chronique du médiateur de presse n'est pas un manuscrit isolé des autres textes du journal et n'acquiert de sens que par rapport aux autres unités rédactionnelles et espaces publicitaires qui figurent dans le journal. Faute de pouvoir analyser intégralement les éditions dans lesquelles sont insérées les chroniques des médiateurs de presse, nous nous limiterons à observer la page sur laquelle figure la chronique, ce qui permettra d'appréhender les interactions et les « contaminations » entre les différents espaces interprétatifs de la page. Ainsi, l'information et la publicité forment un ensemble, un espace interprétatif » et « la page du journal ou la double page constitue une unité fondamentale, un tableau où tout se joue dans la simultanéité, de même que, sur l'écran une rubrique et l'image du présentateur qui tient aussi un discours » (Lavoine, 1997, pp. 103–104). Pour ce faire, nous visiterons les chroniques des *ombudsmans* et des médiateurs dès le moment de leur apparition jusqu'à juin 1999.

8.2.1 La mise en page au *Folha*

La chronique du médiateur peut avoir un format et des dimensions variables ou bien avoir une configuration figée. Les chroniques du médiateur de presse du quotidien *Washington Post* et du *Diário de Notícias* ont une taille définie – l'une occupe une colonne d'une page de six colonnes et l'autre, une page tabloïde tout entière. Le *defensor del lector*, d'*El País*, voit osciller la dimension de sa chronique. Au *Folha de S. Paulo*, la chronique a une taille – la moitié d'une page standard – et une périodicité – hebdomadaire – prédéterminée par les dispositions statutaires de la fonction. Comme la chronique est exclusivement tenue par le titulaire de la fonction, il n'a pas de suppléant, et pendant ses vacances annuelles, la signature du médiateur est absente des pages du journal. Le restant de l'année les chroniques du médiateur de presse paraissent régulièrement. Les chroniques hebdomadaires de l'ombudsman ont un emplacement fixe depuis sa création, occupant normalement la moitié droite de la page

six du premier cahier⁴ des éditions dominicales du journal, dont le tirage et la quantité de pages sont les plus importants de tous les tirages de la semaine. Néanmoins, en raison de l'actualité ou pour des nécessités commerciales, il peut y avoir un remaniement de page. Quelques fois, la chronique prend une place plus réduite que celle qui lui est allouée habituellement et cette diminution du nombre de lignes ne peut se faire qu'après autorisation du titulaire de la chronique. Cet objet qu'est la chronique ne s'est figé que depuis un certain temps seulement. Dans les premières années de la fonction d'ombudsman au *Folha de S. Paulo*, la maquette de la page où paraissait la chronique a constamment fluctué et la chronique n'occupait à droite que la moitié de la page.

8.2.2 L'emplacement et entours

Lors de sa première année, la chronique était majoritairement placée à la page A-6, mais aussi aux pages A-8, A-10 et A-12. Dans tous ces cas, la chronique de l'ombudsman était publiée dans la section « Política ». La maquette variait beaucoup et la répartition de la page, dont l'exacte moitié, selon l'axe vertical, devrait être destinée à l'ombudsman, n'était guère respectée. Au reste, il manquait à cette page une unité thématique. Sous la rubrique « Política », pouvaient être disposés des espaces d'information, notamment de politique brésilienne, mais aussi des chroniques politiques, des brèves et des espaces publicitaires. La maquette de la rubrique de l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* était d'ordinaire constituée : du titre-rubrique⁵ « Ombudsman », en haut de la page, séparé du restant par un filet maigre ; du titre de la chronique ; du nom de l'ombudsman ; du corps du texte, quelquefois subdivisé en unités rédactionnelles distinguées, où chacune disposait d'un titre ; d'une illustration ; et de l'encadré explicatif de la fonction qui prenait les lignes finales de la dernière colonne. Dès la première chronique jusqu'au changement du projet graphique du quotidien en février 1991, on distingue le pictogramme de la rubrique de l'ombudsman : à l'angle supérieur droit un dessin,

⁴ La mise en pages du *Folha de Sao Paulo* est constituée de plusieurs cahiers. Le premier est consacré aux actualités politiques nationales et aux éditoriaux, les articles des chroniqueurs et les débats. En raison du flux événementiel, la rubrique internationale peut être aussi placée dans le premier cahier.

⁵ « Titre-section » distingue le nom de la rubrique où est placée la chronique du médiateur, et que désigne une répartition du journal et qui se répète invariablement à chaque jour. Le « titre-rubrique » sommital de la chronique est installé à chaque semaine sur la rubrique de la chronique du médiateur, sera désigné. Le « titre » indiquera l'énoncé spécifique d'une chronique. En l'occurrence, le 24/09/1989, nous avons le titre-section « Política », le titre-rubrique « Ombudsman » et le titre « Quando alguém é pago para defender o leitor ». Néanmoins, à de rares occasions, « Ombudsman » est à la fois le titre-section et le titre-rubrique.

non signé, d'une lunette d'approche placée sur un morceau de journal, dont on ne peut identifier aucune unité rédactionnelle.

Pendant les deux années du 'mandat' de C. T. Costa, les chroniques ne contenaient guère d'illustrations autre que le pictogramme de la chronique. La reproduction de photographies ou de fac-similés de l'article journalistique en question avaient une fonction testimoniale ; rarement utilisés, ils tenaient lieu de preuve des appréciations de l'ombudsman. Ainsi, « la citation [...] se contente de reproduire un énoncé, or le fac-similé, lui, reproduit en même temps l'énonciation de cet énoncé, il montre le 'site' de l'énoncé » (Mouillaud et Tétu, 1989, p. 177). En reproduisant, les extraits de la presse, elle fournissait la preuve de la vérité de ses dires, comme dans les chroniques « *Receitas para perseguir um candidato* » (« Recettes pour poursuivre un candidat »), du 29/10/1989 et « *A Folha versus a imprensa mundial* » (« *Le Folha versus la presse mondiale* »), du 11/11/1990. C. T. Costa pratiquait assez souvent la fragmentation textuelle de la chronique. Dans ce cas de figure, la partie inférieure de la chronique recevait le titre-sous-rubrique « *Retranca* », qui est le terme technique utilisé dans le journalisme brésilien, pour désigner chaque unité informationnelle d'un journal qui donnera suite à une mise en page distincte. Donc, « *Retranca* » désignait une « *retranca* » de la chronique. Sous ce titre, on plaçait des brèves contenant soit des réclamations des lecteurs soit une appréciation du contenu du journal et de ses concurrents.

Les trois colonnes de la chronique du médiateur remplissaient normalement l'axe vertical tout entier du journal. Néanmoins, aussi bien les espaces publicitaires que les espaces rédactionnels pouvaient franchir la ligne imaginaire qui accordait la demi-page à l'ombudsman. Un bon exemple, est la page A-6, du 11/02/1990⁶ : Le gros titre « *Collor decidirá pensão de senador morto pelo pai* » (« Collor décidera l'attribution d'une pension à la veuve du sénateur tué par son père ») étalé sur les six colonnes de la page, occupe tout l'axe horizontal supérieur, surplombant la chronique de l'ombudsman. Alors que le corps de l'article correspondant au gros titre occupe deux colonnes, ceci jusqu'à la moitié de la page, la chronique de l'ombudsman « *Duas gerações de topetudos* » (Deux générations d'effrontés) prend quatre colonnes, au lieu des trois colonnes habituelles. De plus, la chronique ne remplit pas tout l'axe vertical et deux de ces quatre colonnes, comme celles de l'article contigu, s'arrêtent à la moitié de la page. Ainsi donc la publicité ayant pris cette fois quatre colonnes dans la moitié inférieure de la page, ce jour là la chronique de l'ombudsman a vu sa maquette se modifier pour que la page puisse recevoir et s'accommoder du placard publicitaire. En fait

⁶ Les chroniques citées sont reproduites en annexe.

l'ombudsman n'occupe pas entièrement les deux colonnes restantes, parce qu'au pied de la page sont placées deux brèves et une publicité. Pour sa dernière chronique du premier 'mandat', sous le titre de titre « Privacidade versus vida pública » (« Vie privée versus vie publique »), du 23/09/1990, le titre-rubrique « Ombudsman » est surmonté par le gros titre de l'autre article, c'est à dire muni du titre suivant « *Folha* renova o mandato de seu ombudsman » (« *Folha* renouvelle le mandat de son ombudsman »). En l'occurrence, le gros titre incorpore la chronique de l'ombudsman et les deux unités rédactionnelles se complètent.

En février 1991, le changement de formule du *Folha de S. Paulo* renomme les sections et remanie la pagination des cahiers et à la place de lettres, les cahiers sont désormais désignés par de chiffres. Ainsi, la chronique de l'ombudsman qui était installée au cahier « A », passe au cahier « 1 », tout en conservant son habituelle page 6. Le titre-rubrique « Política » se transforme en « Brasil ». La chronique garde le même intitulé, tandis que le pictogramme, représentant la lecture du journal par une lunette d'approche, qui illustrait la rubrique de l'ombudsman depuis son introduction disparaît. Aux entours de la chronique, ce sont des articles sur la politique intérieure qui sortent préférentiellement, mais aussi des articles de société et des faits divers. Des annonces de divulgation du journal, comme le 02/06/1991, et des annonces publicitaires, comme le 09/06/1991, peuvent également être placées sur les autres trois colonnes. En 1991, pendant les derniers mois du 'mandat' de C. T. Costa, la chronique remplissait rarement la moitié d'une page standard et au pied de page, d'autres unités rédactionnelles, surtout des articles courts et de brèves, complétaient les colonnes.

Au demeurant, parmi les trente-quatre chroniques de C. T. Costa publiées en 1991, on compte trois qui disposaient entièrement de l'axe vertical de la page. En deux circonstances, le titre de l'article contigu a pu prendre les six colonnes de la page et s'est placé sur la titraille de la chronique de l'ombudsman. Comme lors des années précédentes, la mise en page peut comporter de la publicité sur l'espace habituellement attribué à l'ombudsman. Comme l'exemple antérieur, en haut de page, la chronique du 07/04/1991 s'étend sur quatre colonnes. Ensuite, deux de ces colonnes sont entrecoupées par le bandeau des publicités. A la dernière chronique du deuxième et ultime 'mandat' de C. T. Costa, de titre « Relatório final » (« Rapport final »), du 22/09/1991, le titre-section « Ombudsman » recouvre toute la page. D'un côté et sur trois colonnes, le texte de C. T. Costa et, en bas de page, l'article « Leitores avaliam positivamente o desempenho do ombudsman » (« Lecteurs apprécient positivement la performance de l'ombudsman »), qui rend compte d'une enquête auprès des abonnés du

journal sur cette fonction ; et de l'autre côté, des graphiques chiffrent les 'mandats' de C. T. Costa et les réponses des lecteurs à l'enquête.

La chronique du deuxième ombudsman du *Folha*, en place à partir de septembre 1991, M. V. Santos, davantage que celle de C. T. Costa, garde une même maquette. A cette époque, la chronique du médiateur conserve plus assidûment la disposition spatiale – la moitié droite de l'axe vertical de la page – et occupe régulièrement l'intégralité des trois colonnes et il devient rare que les espaces publicitaires provoquent un changement de la maquette de la page. En 1991, parmi les quatorze chroniques, trois n'ont pas pris la moitié de la page. Pourtant, le remaniement de la chronique « Tiroteio entre as revistas » (« Coup de feu entre les news magazines »), du 22/12/1991, qui s'étale sur cinq colonnes, mais ne va pas jusqu'à la fin de la page, a rendu possible la publication d'une publicité sur six colonnes, en bas de la chronique. De plus, M. V. Santos a institué deux changements dans sa chronique ; désormais la grande majorité des chroniques en vient à reproduire une photographie ou un fac-similé d'un article qui étaient déjà apparus dans le journal, et qui prennent une valeur testimoniale. Moins fréquemment, un matériel graphique est produit spécifiquement pour illustrer la chronique. Ainsi, dans la chronique « Os Donos do Mundo » (« Les Patrons du Monde »), du 20/10/1991, on retrouve les photographies des *ombudsmans* qui ont participé à un colloque organisé par le *Folha*, et à la chronique « O império contra-ataca » (« L'empire contre-attaque »), du 27/10/1991, de tableaux illustrent la « Guerre *Folha-Estado* », engagée par les deux quotidiens édités à São Paulo pour conquérir les lecteurs.

L'autre modification mise en place par M. V. Santos est la fragmentation qui est présente dans presque toutes les chroniques. Au-dessus du fragment principal, l'ombudsman met les unités rédactionnelles « Alta e baixa » (« In et off »), « A mídia da mídia » (« La moyenne des médias ») et « Retranca ». Dans « Alta e baixa », par des brèves, M. V. Santos établit des mouvements ascendants et descendants de la performance des médias, notamment des quotidiens *Folha de S. Paulo* et l'*O Estado de S. Paulo*, et plus rarement, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, et les news magazines *Veja* et *Istoé*. Le fragment « A mídia da mídia » accueille une reproduction de l'unité rédactionnelle dans laquelle l'ombudsman a décelé une erreur d'information, une touche de mauvais goût dans les légendes des photos, ou d'inversion de légendes pour deux photos publiées sur la même page. Le « Retranca » est le plus rare de ces fragments et se destine à publier des textes courts dont le sujet – par exemple, de rectification des chroniques précédentes, voyages de l'ombudsman – se distinguent des deux autres

fragments. Aux derniers mois de son 'mandat', M. V. Santos diminue l'usage des sous-rubriques et passe à fragmenter davantage le texte par le recours à un texte court avec son titre.

De janvier 1992 à septembre 1993, la chronique de l'ombudsman occupe ordinairement trois colonnes, commençant toujours en haut de la page. Dans la majorité des cas, la chronique allait jusqu'au pied de la page, mais cette taille n'était pas inflexible, et certains dimanches, ce texte peut dépasser l'axe vertical de la moitié de page. De l'autre côté de la chronique, comme dans les années précédentes, les articles de politique nationale constituent les plus grandes occurrences. On note également la publication des articles sur le *Folha de S. Paulo* et de la publicité. Si au début de son 'mandat', M. V. Santos remplit habituellement la moitié de la page, par la suite, il diminue la taille de la chronique. S'agit-il d'un manque de souffle ? Cette caractéristique reviendra au 'mandat' de ses successeurs.

A partir de septembre 1993, la nouvelle ombudsman J. N. de Sa utilise plus régulièrement toute la moitié de la page, aussi bien dans l'axe horizontal que dans l'axe vertical. Contrairement à celles de M. V. Santos, les chroniques de J. N. de Sa peuvent ne pas comporter de matériel iconographique. En revanche, on trouve dans ces chroniques des fac-similés des pages du journal. La nouveauté est la présentation de dessins, spécialement réalisée pour illustrer la chronique. A partir du 'mandat' de J. N. de Sa, sauf exception, les illustrations (dessin, fac-similé du journal ou de son concurrent, photographies) font partie de toutes les chroniques de l'ombudsman. La présentation graphique du texte est souvent divisée en deux ou plusieurs unités. On retrouve souvent le titre-sous-rubrique « Notas » (« Brèves ») qui équivaut en forme et en contenu au titre-sous-rubrique « Retranca » utilisé par les deux premiers *ombudsmans*. Dans le corps principal de la chronique, J. N. de Sa place régulièrement des encadrés, ayant un titre spécifique. En 1993, l'année commence avec des articles sur l'annonce et sur la couverture de colloques promus par le *Folha* voisinant les chroniques de l'ombudsman. Ensuite, les articles politiques reviennent. Enfin, des articles à propos des promotions marketing du *Folha de S. Paulo* et de la publicité de coupons de réduction offerts par le journal occupent la moitié inférieure des trois colonnes contraires à la chronique de l'ombudsman.

A partir de septembre 1995, les chroniques de M. Leite disposent normalement d'un corps principal contenant une illustration, intercalé d'intertitres qui servent à scander la lecture ou signaler un changement thématique. Cet ombudsman procède habituellement à la fragmentation de la chronique, et en bas de la page on retrouve les titres-sous-rubriques « Na ponta da língua » (« A la pointe de la langue ») pour les fautes grammaticales, « Na ponta do

lápiz » (« A la pointe du crayon ») consacré aux fautes logicomathématiques et « Na ponta da linha » (« A la pointe de la ligne ») pour placer des brèves qui ne s'intègrent pas dans les deux premiers cas.

En février 1996, le changement de présentation graphique du journal opère certaines modifications dans la maquette de la chronique du médiateur : le changement du caractère, ce qui met en évidence le contraste entre les formes romaines et italiques ; l'apparition d'un filet gras sous le titre-rubrique « Ombudsman » ; le titre-chronique et, en cas de fragmentation, les autres titres secondaires, qui avaient la forme romaine, passent à être publiés en italique ; la titraille, qui auparavant était au centre des colonnes qu'elle surplombait, est alignée à gauche ; l'encadré explicatif de la fonction commence à occuper le bas de page des trois colonnes et est séparé du restant du texte par un filet, au lieu d'être un encadré placé à la fin de la troisième colonne, au bas de la page ou du corps principal. Seule l'inclusion de certains pictogrammes dans l'encadré explicatif, qui représentent les moyens de communication avec l'ombudsman, au *Folha*, la chronique du médiateur conservait, à la fin 1998, les mêmes éléments graphiques.

Lorsque M. V. Santos revient à la fonction d'ombudsman, en janvier 1997, il sera moins enclin à fragmenter la chronique en sous-rubrique. Il préférera un corps unique, dans lesquels les changements thématiques, s'il en arrive, sont signalés par un intertitre. Les photographies sont plus présentes que les dessins et servent moins à apporter une reproduction d'articles en question qu'à fournir un complément d'information. A partir de mars 1998, R. Lo Prete procède aisément à la fragmentation de la chronique en plusieurs unités rédactionnelles bien distinctes. Contrairement aux autres *ombudsmans*, qui ont toujours divisé la chronique sur son axe horizontal plaçant au bas de la page les autres fragments, R. Lo Prete alterne la division verticale et la division horizontale. A chaque chronique où trouve un dessin de presse.

La mise en forme de la chronique de l'ombudsman acquiert plusieurs configurations. Quoique respectant généralement les dimensions fixées par la direction, le titulaire du poste de l'ombudsman du *Folha de S. Paulo* confère à sa chronique un format variable. Elle peut avoir un ou plusieurs sujets et sa mise en page peut être constituée d'un bloc ou être fragmentée en partie principale et partie(s) secondaire(s). Ainsi, lorsqu'elle comporte une seule partie, elle peut traiter d'un unique sujet ou de plusieurs sujets dans le même bloc dans lequel chaque changement thématique ou de sens peut être signalés par des signaux graphiques - comme les étoiles - ou par des intertitres. Dans d'autres cas, le changement thématique se fait dans le corps de la partie principale de la chronique, sans utiliser les intertitres ou les étoiles, mais en se servant des enchaînements logiques qui relient les sujets

traités. Fragmenté en parties, la chronique sera toujours disposée en bloc principal et bloc(s) secondaire(s) qui prennent la forme d'unités textuelles complètement distinctes ou de 'brèves' placées au bas de page. La fragmentation thématique peut encore se présenter sous la forme de plusieurs petits articles placés dans l'espace de la chronique de l'ombudsman. A propos du cotexte de la chronique de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, les modifications de sa mise en forme ont fait également se diversifier l'usage des illustrations : dans les premières chroniques, l'unique élément graphique permanent était l'icône de la fonction, alors que la reproduction d'images est occasionnellement utilisée pour témoigner de ce dont l'ombudsman parle. Le fac-similé de l'article ou de la page du journal sur lesquels l'ombudsman et/ou le lecteur portent la critique a alors une valeur testimoniale. De sporadique, l'image devient constante dans les chroniques de l'ombudsman.

Pendant le 'mandat' de M. V. Santos, de J. N. de Sa, M. Leite et R. Lo Prete, la deuxième moitié de la page sur laquelle figure la chronique du médiateur est occupée par des articles de politique nationale et, bien fréquemment par des articles de divulgation – de publiportages – et des annonces publicitaires du *Folha* lui-même. Cette contamination entre la chronique du médiateur, les plans de marketing du journal, à partir de publiportages et d'annonces publicitaires, renforce une dénonciation plus fréquente de la fonction d'ombudsman au *Folha de S. Paulo*. La dénonciation du compromis entre l'*ombudsman* et les stratégies de marketing du journal trouve ici un bon argument.

9 Les activités professionnelles et les propriétés de la chronique du médiateur

Au *Monde*, c'est au médiateur de décider certaines des propriétés formelles de la chronique : tout en respectant la maquette prédéfinie de la page, la taille et la périodicité de la chronique sont déterminées par le titulaire de la fonction et non pas par la direction du journal. De ce fait, A. Laurens et T. Ferenczi ont fait de la chronique un rendez-vous hebdomadaire¹, tandis que R. Solé a préféré ne pas s'imposer cette obligation. Quant à la taille, A. Laurens l'a fait fluctuer, T. Ferenczi a préféré établir une moyenne et R. Solé lui a consacré la même taille.

9.1 L'ancienne formule : « naturellement » entre les lettres

En mars 1994, la page 2 de l'édition datée du samedi abrite le titre-section « Au courrier du 'Monde' », sur lequel sont répartis des extraits de lettres des lecteurs. En haut, juste en

¹ A. Laurens a imposé une régularité hebdomadaire à ses chroniques jusqu'à décembre 1995, lorsqu'une grève a perturbé la distribution de la correspondance, et lors la dernière semaine de décembre, la chronique du médiateur n'a pas été publiée. Ses chroniques publiques ne voient plus le jour qu'au moment où une 'médiation' devient nécessaire. Lorsqu'un événement d'actualité entraîne un courrier abondant constitué de différentes réactions des lecteurs (essentiellement des plaintes et des reproches), le médiateur est appelé à réconcilier les lecteurs avec le journal ou donner son opinion. Pourtant, en 1996, la publication des textes de A. Laurens est devenue épisodique. Pendant le premier semestre de cette année, il y a eu neuf chroniques du médiateur. Avec T. Ferenczi, la chronique reprend son rythme hebdomadaire.

dessous du titre de la page, la rubrique de dessin « Trait Libre » allouée tour à tour à dessinateurs différents, remplit une surface de trois colonnes, alors qu'en bas de page, accrochées aux dernières lignes de la page, on retrouve la chronique « Un livre² », consacrée au compte rendu d'un ouvrage qui se fait occasionnellement accompagner par l'ours du journal et/ou par des annonces de divulgation d'activités du *Monde*, comme l'émission télévisuelle *Le Jury R.T.L.* et la revue *Le Monde de l'Education*. Entre « Trait libre », « Un livre » et les annonces, le courrier des lecteurs complètent la page. C'est sur cette page que la chronique du médiateur « trouve naturellement sa place³ ». Pendant les premiers neuf mois du 'mandat' de A. Laurens, la chronique du médiateur avait comme emplacement hebdomadaire le titre-section « Au Courrier du Monde », dans les éditions datées de samedi.

Le 02/04/1994, pour loger la chronique dans cette page, la nouvelle maquette conserve le titre-section « Au Courrier du 'Monde' », exclut les rubriques « Un livre » et « Trait libre ». Ce jour-là, sur la page 2, il ne figure que la chronique du médiateur et des extraits de lettres. Cette même mise en page est respectée la semaine suivante, pour la chronique du 09/04/1994. Le 16/04/1994, le dessin « Trait libre » est de nouveau replacé à la page 2 des éditions de samedi. A partir du 23/04/1994, l'ours du journal et les annonces de divulgation⁴ regagnent le bas de page et recommencent à être régulièrement publiés sur cette page. Avec une mise en page favorisée par rapport aux extraits de lettres cirvoisines, les chroniques sont localisées sur la moitié supérieure de la page et mises en évidence par le recours à l'italique et à l'encadré, qui leur confèrent une valorisation typographique. Le surtitre « L'avis du médiateur », surmonte les chroniques et devient ainsi, le titre-section. Cet intitulé déploie quelques ouvertures sémantiques. Tout d'abord *avis* peut être utilisé dans le sens de « jugement », « estimation », « opinion », « pensée », « point de vue » ; de « annonce », « communication », « information », « message », « nouvelle » ; et de « avertissement », « introduction », « préface », selon l'index du *Petit Robert*. Le sens choisi peut signaler la position forte ou la position faible qu'occupe au sein du journal la fonction de médiateur. Dans le cas d'une position forte, l'avis du médiateur est un jugement, une opinion : le médiateur émet un jugement et, de ce fait, il clôture la mise en cause des pratiques journalistes. Dans le cas d'une position faible, l'avis est une nouvelle, une information et le médiateur informe, renseigne sur un doute des lecteurs ; par son entremise, le lecteur fait

² En mars 1994, trois comptes rendus de livres ont été publiés sous la signature de R. Solé, et un quatrième a été écrit par C. Le Bagne.

³ In : « Le rendez-vous du médiateur », *Le Monde*, 02/04/1994.

⁴ Comme des bulletins d'abonnement, des bons de commande d'une vidéocassette commémorative des quarante ans du *Monde Diplomatique* et de hors séries, etc.

savoir à la rédaction son désaccord et reçoit une réponse. Dans un troisième cas, le médiateur introduit, à travers sa chronique, les lettres environnantes. A ces deux dernières significations de l'« avis », il n'est pas demandé au médiateur d'émettre son opinion. Par ailleurs, le terme *avis* contemple les origines du journalisme : précédant les gazettes, les *avvisi* étaient des « recueils de nouvelles, extraits des échanges de lettres entre marchands, entre princes, parfois entre 'princes de l'Eglise' » (Palmer, 1994, p. 118), avec une périodicité régulière, généralement hebdomadaire, en circulation dès le XIII^e et le XIV^e siècles.

D'avril à décembre 1994, la chronique du médiateur du *Monde* se déplace sur la partie supérieure de la page 2. Sur l'axe vertical, elle prend trois ou quatre colonnes et est majoritairement placée de la deuxième à la cinquième colonne, ou de la troisième à la cinquième. Sur l'axe horizontal, la chronique du médiateur est généralement localisée tout en haut de la page. A gauche, à droite et en bas de la chronique, des extraits de lettres des lecteurs sont disposés. En d'autres mots, la chronique du médiateur est entourée de lettres. Avec 525 cm², ce qui la rend la plus étendue des chroniques⁵, la première chronique de Laurens occupe les quatre colonnes centrales de la page 2. Au centre de la chronique, un dessin de Plantu représente un guichet de réclamations dont la vitrine évoque la « une » du *Monde*, la « vitrine du journal⁶ », où un homme, ayant une physionomie de personne énervée parle à un homme qui est derrière le guichet, tandis que deux autres personnes attendent. Ce dessin fait ressortir le caractère de prise de contact entre le médiateur et le lecteur-consommateur qui adresse au premier ses insatisfactions du journal en tant qu'un produit. Le médiateur signifierait-il alors un guichet de service après-vente ? Cette signification détonne par rapport au discours initial parlant de la fonction de médiateur en tant qu'échange et dialogue. Y. Lavoine analyse « l'apologue guichetier » comme la suggestion que « la confiance à rendre suppose la prise en compte des remarques des lecteurs » (Lavoine, 1995, p. 182).

Placée dès la deuxième chronique à l'angle supérieur droit de la chronique, cette figure va illustrer les 33 chroniques suivantes, jusqu'à ce que le changement de formule modifie la présentation graphique des rubriques du journal. Pendant trois semaines, au centre de la rubrique, où dans le premier modèle de chronique se trouvait le dessin de Plantu, on place une lettre du lecteur, entouré par des filets et dont les caractères sont différents par rapport à ceux du texte du médiateur, qui lui est en italique, et sont identiques à ceux des autres lettres

⁵ La plus petite mesurait, ayant 55 cm², a paru le 15/10/1994.

⁶ In : A. Laurens, « Le trouble et la transparence », *Le Monde*, 03/04/1995

situées à l'extérieur de l'encadré de la chronique. Cette mise en place revient sporadiquement, comme le 14/05/1995. Le 03/09/1995, « dans le lot retenu est mise en exergue une lettre⁷ » ceci par sa disposition bien particulière au sein de la chronique du médiateur ; contrairement au cas de figure antérieur, elle est placée au-dessous du texte du médiateur, et respectant une mise en page identique au texte du médiateur, ces deux colonnes occupaient l'équivalent à trois colonnes des textes extérieurs à la chronique.

Par ailleurs, la chronique du médiateur contraste avec les extraits de lettres environnantes par l'emploi d'un encadré, de l'italique, par l'épaisseur et la taille du titre, par l'usage du surtitre « L'avis du médiateur », mais aussi par la quantité de colonnes. La chronique est en rupture avec les extraits de lettres. Les lettres prennent un axe vertical, ce qui veut dire aussi que les extraits de courrier du lecteur sont placés l'un derrière l'autre jusqu'à remplir les six colonnes. La chronique du médiateur peut avoir deux ou trois colonnes, qui reviennent à, respectivement, trois ou quatre colonnes des textes extérieurs.

9.2 Nouvelle formule : la chronique parmi les éditoriaux

La nouvelle formule, mise en place en janvier 1995, transfère la chronique du médiateur et celle du courrier des lecteurs aux pages centrales du quotidien, les place à l'intérieur de la « séquence⁸ » « Horizons⁹ » ou le titre-section « Horizons » et modifie son jour de parution. Auparavant, la chronique et les extraits de lettres disposaient d'une page exclusive, bien que des espaces inférieurs aient pu être accordés à d'autres « textes ». Lors même que la rubrique « Courrier du 'Monde' » comportait l'ours du journal et des annonces publicitaires, ces « textes » étaient logés en bas de page, donc à une place moins avantageuse. A partir du 16/01/1995, la chronique et les lettres sont disposées dans la page du titre-rubrique « Editoriaux » du titre-section « Horizons » où elles vont diviser la place avec les éditoriaux et l'ours du journal, c'est-à-dire, l'article émanant de la direction du média et qui constitue l'espace institutionnel d'expression des orientations, d'opinions et de positions éditoriales du

⁷ In : A. Laurens, « Critiques recevables et bien reçues », *Le Monde*, 03/09/1995.

⁸ « Séquence » est le terme employé au *Monde* au moment des modifications au début de janvier 1995 pour désigner un « titre-section », qui désormais abritent un éventail thématique plus large. Dans la « séquence » « Horizons » se suivent plusieurs titres-rubriques comme « Horizons-Editoriaux », « Horizons-Analyses », « Horizons-Histoire », « Horizons-Enquête ».

⁹ Outre la chronique du médiateur et le courrier des lecteurs, la séquence « Horizons » accueille les éditoriaux, les articles d'opinions des collaborateurs extérieurs.

journal et le tableau des membres de la direction, du conseil de surveillance, des anciens directeurs et des actionnaires du journal. Les éditoriaux et l'ours prennent les deux colonnes de la gauche, recouvrant entièrement l'axe vertical de la page.

Désormais la chronique sort dans les éditions datées de dimanche-lundi. Avec le changement du projet éditorial du *Monde*, le flux événementiel, les mouvements sociaux et les variations saisonnières, qui entraînent l'allongement ou la réduction de nombre de pages, font osciller la pagination de la chronique du médiateur. Ainsi, à partir de 1995, la chronique n'a plus une page fixe de publication ; la page de son apparition est la page sur laquelle figurent d'autres rubriques comme l'éditorial et l'ours et qui peuvent être disposées de la page 8 à la page 17. En juillet 1997, la chronique est sortie à la page 8, tandis qu'à l'occasion de la Coupe du Monde de Football, en juillet 1998, lorsque le journal a produit quotidiennement un supplément de cet événement, les articles de T. Ferenczi du 22 et 29 juin 1998 ont été respectivement déplacée aux pages 21 et 22. A leur côté, la chronique du médiateur et les extraits de lettres des lecteurs retiennent les quatre colonnes à droite. En d'autres termes, cette distribution des unités rédactionnelles mise en place par la formule de janvier 1995, met, sous le titre-section-rubrique « Horizons – Editoriaux », en concurrence les éditoriaux du journal et la chronique du médiateur. « Au courrier du 'Monde' » qui pendant les neuf premiers mois de la fonction de médiateur s'est maintenu comme le titre-rubrique de la page où se plaçait la chronique « L'avis du médiateur », perd de la valeur et se convertit en sous-rubrique du titre-section-rubrique « Horizons – Editoriaux ». Le dessin du guichet de plaintes, de Plantu, est remplacé par une illustration du dessinateur Sergueï, qui montre des enveloppes alignées les unes derrière les autres, formant une corde raide sur lequel un funambule s'équilibre à l'aide d'un stylo plume, en guise de perche. Le dessinateur a voulu représenter l'« équilibre précaire du journaliste ou du médiateur » (Lavoine, 1995, p. 182) ou peut-être encore l'équilibre instable entre les réclamations des lecteurs et les choix rédactionnels du journal. Au nouveau dessin est attribué un nouvel emplacement ; il est enchâssé à la première des trois colonnes de la chronique – qui dans le restant de la page, correspondent à quatre colonnes – au-dessus la quatrième ou de la cinquième ligne. Le titre-rubrique « L'avis du médiateur », qui surplombait la chronique, se positionne au-dessous du dessin et perd beaucoup de sa valeur.

Lorsque à la fin novembre 1995, survient une autre présentation de la page éditoriale, le titre-section-rubrique passe à être désignée « Horizons – Analyses ». A l'occasion, le médiateur consacre une chronique à la justification des ses derniers changements, survenus onze mois après la mise en place de la nouvelle formule, parce qu'il « sait par expérience que

l'on ne modifie pas impunément la présentation d'un journal et, par voie de conséquence, les habitudes de lecture de ceux qui en sont familiers¹⁰ ». Dès lors, le titre-chronique « Le courrier des lecteurs » – et non plus « Au courrier du 'Monde' » – est installé à l'accroche de la chronique du médiateur et un chapeau précédant le corps de la chronique du médiateur commence à la première ligne de l'accroche. Sa fonction est de présenter le sujet qui suit et, le cas échéant, faire référence aux lettres de lecteurs qui entourent la chronique, dont le sujet n'est pas traité par le médiateur dans sa chronique. Ainsi, le chapeau de la chronique du médiateur renvoie également au courrier du lecteur environnant, donc il rappelle que la sélection de la correspondance du lecteur est également l'attribution du médiateur.

Au premier semestre de 1996, la chronique de A. Laurens perd le souffle qu'elle avait depuis son apparition hebdomadaire et est publiée irrégulièrement. A sa place et en conservant l'intitulé de « Au courrier du 'Monde' », est publié le courrier du lecteur, qui dans d'autres circonstances était logé sous le texte du médiateur. Le pictogramme du funambule est remplacé par un autre pictogramme de Sergueï, ayant, sur un fond noir, un personnage sans traits, stylisant un guerrier, qui porte du bras gauche une enveloppe, à la manière d'un bouclier, et du bras droit un stylo plume, en guise de lance. Après l'absence de la chronique du médiateur, cette disposition de la page est revenue en usage au début du 'mandat' de R. Solé, à la fin 1999. Au terme du 'mandat' de Laurens, la chronique se dispose sous l'éditorial¹¹ et occupe trois colonnes et ces deux unités textuelles prennent trois colonnes (l'équivalent à quatre colonnes du restant de la page). L'intitulé « Au courrier du 'Monde' » qui dominait la chronique et le pictogramme sur lequel était placé « L'avis du médiateur », se localise entre les deux colonnes du chapeau. Un filet maigre sépare la chronique et les extraits de correspondance de lecteurs, qui n'apporte aucun titre-rubrique ou aucun titre-chronique. On peut ajouter que le titre-rubrique « Au courrier du 'Monde' » incorporait aussi les lettres du lecteur, alors qu'aux premiers temps de la nouvelle formule, le titre-rubrique « Au courrier du 'Monde' » cohabitaient avec le titre-chronique « L'avis du médiateur ». Du reste, à la fin du 'mandat' de Laurens, la chronique du médiateur est localisée au-dessous de l'unique éditorial et au-dessous des lettres des correspondants du journal, et ces trois fragments textuels absorbent quatre des six colonnes. La chronique est donc prise en sandwich entre la voix officielle du journal et la parole des lecteurs, même si le courrier est placé dans son titre-rubrique. Sur l'axe vertical, les deux autres colonnes contenaient l'ours dans sa partie

¹⁰ In : A. Laurens, « Le carrefour des commentaires », *Le Monde*, 27/11/1995.

¹¹ L'éditorial, placé en haut de la page, entouré par de filets, en caractères gras, en grande capitale et surplombé du logo du *Monde*, est l'unité textuelle plus saillante de la page.

supérieure et le restant d'un article d'opinion signé par un collaborateur extérieur dont le début est publié à la première page.

Avec le changement de titulaire, on constate peu de modifications immédiates : à partir de novembre 1996 et dans les premières chroniques de T. Ferenczi, le titre-rubrique « Au courrier du 'Monde' » est remplacé par « L'avis du médiateur », qui avant était installé sous le dessin du funambule, pendant que le titre-section « Au courrier du 'Monde' » redevient le titre-rubrique du fragment contenant les lettres et reprend une partie de la place occupée à la mi-janvier 1995. Le 27/01/1997, un nouvel aménagement de la page et l'on revient à la disposition spatiale du début de la nouvelle formule, tout en gardant le chapeau introducteur de la chronique et des lettres : la chronique est placée en haut de page et occupe quatre colonnes ; sur l'axe horizontal, l'éditorial occupe les autres deux colonnes ; les lettres des lecteurs sont placées sous la chronique et ces deux fragments rédactionnels sont séparés par un filet maigre ; le titre-rubrique « Le courrier des lecteurs – et non plus « Au courrier du 'Monde' » – se trouve à l'amorce du chapeau ; le dessin du funambule reprend sa place d'enchâssé de la première colonne, sous lequel est placé le titre-chronique « L'avis du médiateur ».

En septembre 1998, au début de 'mandat' de R. Solé, le chapeau qui renvoie aux lettres disparaît du corps de la chronique et réapparaît sous le titre-rubrique « Au courrier du 'Monde' » dont les deux colonnes sur quatre, trouvent au centre le dessein de Sergueï représentant le guerrier ; et le pictogramme du funambule, qui désormais a un fond noir, reste à la place qu'il occupait depuis février 1997, c'est-à-dire au coin gauche des premières lignes du corps de la chronique. Le titre-chronique « Le médiateur » substitue « L'avis du médiateur » et est placé au-dessous du pictogramme. Dans cette nouvelle maquette, l'éditorial et la chronique du médiateur conservent leur place, à savoir : ils sont situés en haut de la page ; le premier occupe deux colonnes et la seconde dispose de trois colonnes (toujours l'équivalent de quatre colonnes). Semaines après semaines, on observe que le numéro de la page est mouvant et que ces unités textuelles peuvent être publiées en page paire ou en page impaire, ce qui fait alterner le positionnement des textes. La chronique du médiateur est le texte qui est placé sur le côté interne de la page. En prêtant à ses chroniques une périodicité non régulière, R. Solé déconcerte les lecteurs, qui la tenaient pour un rendez-vous hebdomadaire, après que « Thomas Ferenczi lui avait donné une parfaite régularité et une

longueur invariable¹² »¹³. Lorsque la chronique y est absente, des lecteurs peuvent s'adresser au médiateur pour savoir si cela n'est pas un signe que la fonction n'a pas été exclue du journal (Solé, 1999b). Dans ses chroniques, R. Solé oublie de présenter les lettres circonvoisines¹⁴ et son attribution à sélectionner le courrier du lecteur devient moins visible.

Au demeurant, dès l'introduction de la nouvelle formule, bien que les parties restent pratiquement les mêmes, la maquette de la page où se trouve la chronique du médiateur et les lettres des lecteurs subit à répétition un réaménagement de la disposition des unités rédactionnelles. Tantôt la chronique est localisée en haut de page, tantôt elle est placée entre l'éditorial et les lettres. Il s'agit de petits changements à partir desquels on peut pourtant retirer quelques enseignements. Les valeurs typographiques de la signature du médiateur et du titre-rubrique et du titre-chronique n'ont pas été les mêmes pendant les changements de maquette des pages accueillant le médiateur de presse et la modification lexicale et spatiale des intitulés de la chronique et de la présentation du nom de l'auteur va renforcer de nom du médiateur, au détriment des intitulés de la chronique. D'une part, pendant le 'mandat' de A. Laurens et ensuite de T. Ferenczi, nous avons le titre « L'avis du médiateur » qui se déplace et prend la forme à un moment, de titre-rubrique et, à un autre moment, de titre-chronique. Le changement le plus expressif survient lorsque au début du 'mandat' de R. Solé, ce titre est abandonné à l'avantage du titre-rubrique « Le médiateur », qui renforce sa position. En outre, de la même façon qu'être placé à la même page de l'éditorial est à la fois entrer en concurrence et subir une contamination de la part des espaces interprétatifs, de la même façon être placé sous l'éditorial diminue la valeur symbolique de la chronique.

¹² In : R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

¹³ L'inconstance de la parution de la chronique du médiateur est aussi mise en place à l'*El País*, tandis qu'au *Washington Post*, au *Diário de Notícias*, hormis les cas exceptionnels, les chroniques du médiateur de presse figurent hebdomadairement dans les pages du journal.

¹⁴ Il ne le fait à sa troisième chronique, du 21/09/1998.

10 La modélisation des chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*

Au *Folha de S. Paulo*, la médiation de presse se fonde sur un va-et-vient entre le traitement des communications provenant des lecteurs et la production d'une analyse des pratiques professionnelles et du traitement de l'information par ce quotidien et, à l'occasion, par d'autres médias. Ceci implique que dans les chroniques des titulaires de la fonction, les attributions que sont la production d'une appréciation des pratiques journalistiques mais aussi la réception et les enquêtes sur les plaintes des lecteurs sont à la fois agrégées et désagrégées. Ainsi, ce mouvement entre les pôles de la fonction peut être discerné en appréhendant les manières d'insertion des communications du lecteur et les modalités d'appréciation du travail journalistique.

10.1 La présence des communications de lecteurs

Soit par la régularité, soit par la modération de son insertion, on peut envisager l'absence ou la présence de la communication du lecteur comme résultant de la mise en place d'un ensemble de dispositifs de différenciation de la médiation de presse. Pourtant, constater

que le lecteur est absent ou présent dans les chroniques du médiateur, ce n'est pas établir d'équivalence entre la reproduction des communications des lecteurs et leur prise en compte, et, par voie de conséquence, dresser des niveaux d'engagements à l'égard du lecteur ou, dans le cas contraire, dresser des niveaux d'alignement sur les positions de l'entreprise de presse. La proposition qui pourrait être de vérifier la fréquence d'insertion des communications du lecteur dans les chroniques des médiateurs de presse n'amène pas à trancher sur la légitimité de la fonction ou à dénombrer les écarts des titulaires des postes dans un but de dénoncer leurs dérives et leurs abus, à l'instar de la thématique de certaines études sur le sujet.

Critiquer le rôle du médiateur parce qu'il est moins un défenseur des lecteurs qu'un apologiste du journal, une stratégie de marketing pour conquérir ou fidéliser le lecteur, ou reprendre le discours enchanté de légitimation du groupement professionnel qui dépeint le médiateur en tant que vecteur de citoyenneté, ce n'est pas une voie épistémologique et heuristique adéquate. Notre intérêt se porte moins sur la dénonciation ou la critique du rôle actif ou passif du médiateur de presse vis-à-vis du lecteur et/ou de la direction de l'entreprise de presse que sur la distinction des modalités d'interpénétration entre le médiateur et le lecteur. L'absence et/ou la présence du lecteur a des incidences sur la thématique, le contenu et la forme des chroniques. Les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* et du médiateur du *Monde* sont aussi résultantes de conventions de narration (Schudson, 1989), marquées par l'agencement de certains registres d'écriture, par la distribution spatiale des fragments thématiques, par l'arrangement des sujets au travers d'un choix lexical, syntaxique et rhétorique. Au demeurant, les conventions sont capables d'établir un « type particulier de rapport entre sujet et objet et elles exercent vis-à-vis de la langue des recours préférentiels » (La Haye, 1985, p. 131).

Plusieurs jonctions de la thématique et des modalités d'insertion des communications des lecteurs sont possibles. Dans les chroniques des titulaires de la fonction, les propos des lecteurs peuvent donner lieu au sujet principal et/ou à l'émission d'une opinion ou d'une appréciation. En l'espèce, la communication du lecteur – dont l'objet peut être une interrogation, une critique ou une suggestion – devient source d'inspiration de la chronique. Indépendamment de leur taille et de leur modalité d'insertion, la transcription des communications des lecteurs peut se revêtir d'une valeur instrumentale lorsqu'elle vise à renforcer l'argumentation de l'*ombudsman* quant à une faiblesse du journal ; à illustrer ou servir d'appui à une critique formulée par l'*ombudsman* ; et à montrer le manque de

compétence des lecteurs à saisir les contraintes du travail journalistique et à apprécier les pratiques professionnelles.

Dans ces chroniques où les communications du lecteur sont au premier plan, une structure narrative élémentaire contemple le rapport des propos du lecteur et l'appréciation du médiateur ; elle est constituée par la présentation des communications du lecteur, suivi ou non d'un historique des événements ou d'une chronologie des comptes rendus, puis par la réponse de la rédaction et, enfin, par l'appréciation du médiateur. Normalement sélectionnées parce que l'*ombudsman* remarque leur valeur d'exemplarité ou d'originalité, ces communications du lecteur occupent une place distinguée, tant par la taille que par la position spatiale dans les chroniques. La valeur d'exemplarité signifie que les communications du lecteur condensent les préoccupations exprimées par d'autres lecteurs ou représentent une ligne de raisonnement, une critique récurrente des lecteurs, un comportement professionnel des journalistes, de sorte que le titulaire de la fonction porte au jour les pratiques professionnelles déformantes ou les contraintes de la profession journalistique. Exemplaires aussi dans leur forme parce que ces communications brillent par leur capacité de synthèse, et l'articulation rectiligne de leur raisonnement. Ainsi, en montrant les défaillances de l'espace journalistique, l'*ombudsman* est en train de remplir pleinement son attribution qui est de critiquer les médias :

« Publiée de cette manière, la nouvelle est un exemple achevé de comment l'objectivité journalistique peut aussi être trompeuse¹ » ;

« La faute commise exprime de façon exemplaire l'un des problèmes centraux du journalisme brésilien, celui de la reproduction exacte de ce qui a été dit, celui de la fidélité dans la transcription de déclarations² » ;

« Pourtant prosaïque dans son thème, l'histoire de la régata Whitbread est importante parce qu'elle illustre d'une manière claire l'attitude quotidienne des journalistes eu égard à ce que le lecteur leur dit³ ».

La valeur d'originalité recouvre les propos du lecteur qui se réfèrent à un point peu ou nullement discuté par les lecteurs et qui peut conduire le médiateur à s'en servir pour discourir sur un sujet, un thème, une pratique professionnelle moins côtés. En tout état de cause, la

¹ « Publicada da maneira que foi, a notícia é um exemplo acabado de como a objetividade jornalística pode ser também enganadora ». In: C. T. Costa, « Como est enganosa a objetividade jornalística », *Folha de S. Paulo*, 01/10/1989.

² « Erro cometido exemplifica um dos problemas centrais do jornalismo brasileiro, o a reprodução exata do que foi dito, o da fidelidade na transcrições das declarações ». In: C. T. Costa, « Maneiras de aterrorizar uma fonte da informação », *Folha de S. Paulo*, 15/10/1989.

³ « Embora prosaica no tema, a história da regata Whitbread é importante porque ilustra de maneira clara uma atitude cotidiana dos jornalistas diante do que lhes diz o leitor ». In : R. Lo Prete, « Naufrágio na regata », *Folha de S. Paulo*, 22/03/1998.

sélection basée sur l'exemplarité « » ou l'originalité est celle qui cherche à sélectionner les communications de lecteurs qui puissent servir d'exemples démonstratifs en ce qui concerne des critiques ou des pratiques professionnelles récurrentes. Il est question de mettre en évidence une pratique professionnelle considérée comme déformante, ou une faiblesse structurelle du média, ou bien récupérer dans les communications reçues, celles qui peuvent représenter le mieux le point de vue des lecteurs. Dans ces cas, la communication du lecteur peut servir de cadre à la critique du médiateur de presse.

Moins fréquente est l'autre manière qui consiste à employer la communication du lecteur comme sujet principal de la chronique. C'est celle qui fait la monstration des difficultés de la rédaction à rectifier ses fautes. L'*ombudsman* fait état de quelques réclamations auxquelles la rédaction donne des réponses inconsistantes, ou bien est traité avec retard ou bien ignore la demande des lecteurs. La chronique prend alors la forme de dernier recours pour rectifier une faute, dans laquelle l'*ombudsman* met en scène la réclamation, la faute journalistique et les dérobades de la rédaction : « Avec cette chronique, je fais appel au dernier recours – celui de la publicité – pour donner satisfaction au lecteur Carlos Yugi Shibuya⁴ ». L'usage de ce « dernier recours » pour obtenir réparation d'une faute et pour donner satisfaction au lecteur s'avère être une monstration du réel besoin d'un médiateur. L'*ombudsman* réaffirme ainsi son autonomie vis-à-vis de la rédaction et la nécessité d'avoir un médiateur pour se charger de plaintes des lecteurs. Pour le reste, cet usage des communications du lecteur est en conformité avec la rhétorique de légitimation de la fonction de médiateur de presse. D'ailleurs, l'un des textes fondateurs de la médiation de presse qui affirme que les journalistes sont arrogants et s'esquivent quand il leur faut rendre compte de leurs pratiques professionnelles, explique que la mission du médiateur serait de neutraliser l'arrogance des journalistes.

Selon les modalités d'insertion des communications des lecteurs dans les chroniques des titulaires de la fonction, R. Lo Prete, sixième *ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, sépare ses propres textes en trois classes. Ce sont les chroniques qui « s'imposent par le nombre de messages de lecteurs ; [qui] surgissent de cas petits, d'un seul lecteur, d'un article qui n'était même pas mis en évidence; [et qui] naissent dans [sa] tête⁵ ». Cette classification s'appuie sur

⁴ « Com esta coluna, lanço mão do último recurso – o da publicidade – para dar satisfação ao leitor Carlos Yugi Shibuya ». In : M. Leite, « Promessa é dívida », *Folha de S. Paulo*, 19/11/1995.

⁵ « Se impõem pelo número de mensagens de leitores » ; « Surgem de casos pequenos, um leitor só, às vezes uma matéria que nem foi dada com tanto destaque » ; « Têm colunas que nascem na minha cabeça » (R. Lo Prete, entretien septembre 1999).

l'influence des réclamations des lecteurs dans le processus de sélection de la thématique des articles de l'*ombudsman*. Toujours prenant en considération le poids des réclamations des lecteurs, R. Lo Prete élabore, dans sa chronique, un autre agencement qui souligne l'importance des propos de ses correspondants, de sorte qu'elle affirme que la majorité des textes contiennent, même implicitement, les analyses des lecteurs : « Des observations des lecteurs naissent une bonne partie des chroniques publiées dans cet espace. A d'autres occasions, elles surgissent des préoccupations de l'*ombudsman*. Même dans ces cas, les commentaires que je reçois sont habituellement présents dans le texte. Il n'est pas rare qu'ils analysent le *Folha* avec de meilleurs mots que les miens⁶ ». Dans ces deux circonstances, tout en attribuant des degrés d'importance différents aux réclamations des lecteurs en tant que source d'inspiration de sa chronique et en ne pas distinguant leurs modalités de reproduction, R. Lo Prete associe la participation du lecteur et la thématique des textes de l'*ombudsman*.

N'apportant évidemment pas l'ensemble des communications des lecteurs reçues, les chroniques de l'*ombudsman* ne contiennent que rarement la reproduction intégrale des propos des lecteurs et la quantité de communications de lecteurs reproduites dans les chroniques ne se mesurent pas à la totalité des communications reçues hebdomadairement par l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. D'une manière générale, les *ombudsmans* procèdent à une sélection des communications dans le but d'en reproduire des fragments et une significative partie de leurs chroniques au *Folha de S. Paulo* font l'économie d'évoquer et/ou de transcrire manifestement les appréciations des lecteurs. Autrement dit, dans plusieurs chroniques de l'*ombudsman* du *Folha*, la reproduction des communications des lecteurs n'est pas discernable parce qu'elles sont absentes ou sont transcrites de telle forme qu'aucune marque linguistique n'autorise l'identification d'un énonciateur distinct de l'*ombudsman*. Il se peut que certaines de ces chroniques contiennent les propos de lecteurs, mais on ne peut plus séparer les énoncés de chaque instance d'énonciation. Les marques linguistiques de reproduction des propos du lecteur – qu'ils soient de témoignages, de réclamations, de critiques, de suggestions, de compléments d'informations – ne sont pas ni reconnaissables ni repérables et on ne peut donc pas reconnaître leurs limites. Dans ces cas de figure, nous sommes face à un processus d'intertextualité, dans lequel il n'existe plus de différences entre le discours de l'énonciateur et le discours de celui qu'il rapporte (Mouillaud et Tétu, 1989, pp. 130–135). Ainsi, le

⁶ « De observações dos leitores nasce boa parte das colunas publicadas neste espaço. Em outras ocasiões, elas surgem de preocupações da *ombudsman*. Mesmo nesses casos, comentários que recebo costumam estar presentes no texto. Não raro, eles analisam a *Folha* com palavras melhores do que as minhas ». In : R. Lo Prete, « Sua vez », *Folha de S. Paulo*, 27/12/1998.

discours du locuteur primaire reste dans l'ombre et leur reconnaissance ou leur identification devient inexécutable.

Si la lecture naïve des chroniques de l'*ombudsman* permet de remarquer une forte occurrence de textes sans qu'il y ait insertion des propos de lecteurs, il nous faut alors les regarder de plus près et déceler ce qu'ils ont en commun et les principes auxquels il est autorisé la non-insertion des propos de lecteurs. Dans un premier temps, nous avons procédé à l'estimation de l'amplitude de l'insertion des communications de lecteurs dans les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* par le dénombrement de leurs occurrences dans notre corpus, de sorte que la totalité des textes de la rubrique de l'*ombudsman* parus de janvier 1994 à juin 1999 ont été analysés.

10.1.1 L'absence du lecteur

Dans certaines chroniques, les limites de la présence des communications de lecteurs ne sont pas évidentes. C'est toute la difficulté consistant à délimiter la présence du 'lecteur'. Il y a des situations où l'*ombudsman* opère plusieurs interventions linguistiques dans le discours du lecteur, comme l'intertextualité dans laquelle la parole du lecteur passe par une assimilation⁷. Il y a aussi l'emploi du vocable 'lecteur' ou du pronom personnel de la troisième personne pour s'adresser au lecteur sans que cela n'implique l'insertion de la parole du lecteur. Il s'agit d'énoncés qui ne peuvent pas être attribués à un lecteur ou à un ensemble spécifique de lecteurs, mais à l'entité 'lecteur', qui aurait pu être remplacé par 'le lectorat', 'le public'. Ces dernières formes peuvent constituer des dispositifs d'adresse et de mise en scène, sans être nécessairement la parole du lecteur, comme dans les exemples suivants :

« Et vous, qu'est-ce que vous en pensez ? Envoyez vos opinions à l'*ombudsman*⁸ » ;

« La publication de ce cahier a certainement stimulé les lecteurs à réfléchir à ce sujet et à critiquer le journal⁹ » ;

⁷ Dans l'*assimilation*, l'énonciation du locuteur initial est fragmentée dans la dimension temporelle et spatiale, interprétée et incorporée par locuteur-auteur du discours et retraduite selon mots de ce dernier. Ce qui dit l'énonciateur primaire est totalement absorbé et il n'est pas possible de discerner précisément les propos du lecteur (Tétu et Mouillaud, 1989). Qui plus est, les énoncés assimilés peuvent agglutiner les communications de collectives, c'est-à-dire de plus d'un lecteur. Ces énoncés sont normalement raccourcis et peuvent s'approcher de la dichotomie d'approbation ou de réprobation, à travers d'expressions comme 'être d'accord', 'avoir de protestations', 'protester sur', 'être contre ou être pour' et 'faire de critiques'.

⁸ « E você, o que acha ? Envie suas opiniões para o *ombudsman*. O assunto será abordado nesta coluna no próximo domingo ». In : M. V. Santos, « A telha quebrada e o kamikaze », *Folha de S. Paulo*, 12/01/1997.

« Pour le lecteur, l'idéal serait de rencontrer un journal que saurait combiner l'effronterie du *Folha* à l'assurance du *Gazeta* ¹⁰ » ;

« C'est ce que le lecteur attend le plus d'un journal comme le *Folha* : de l'initiative ¹¹ » ;

« Lorsque tous les lecteurs attendaient du drame et des détails, le *Folha* leur a servi de l'ironie ¹² » ;

« Aux yeux du lecteur, les fautes du journal deviennent plus graves quand elles sont emballées avec de l'arrogance ¹³ ».

Ces situations ne seront pas dénombrées comme l'expression de la parole du lecteur.

Pour la composition des tableaux relatifs à l'insertion des communications des lecteurs dans les chroniques de l'*ombudsman*, nous allons trier les textes de la rubrique par auteur et par année.

Tableau 1 – L'insertion des communications de lecteurs

Titulaire	Année	Sans lecteurs	Chroniques	Pourcentage
J. N. de Sa	1994	03	38	7,9%
M. Leite	1994	04	12	33,3%
M. Leite	1995	14	49	28,6%
M. Leite	1996	15	48	31,2%
M. V. Santos	1997	18	44	40,9%
R. Lo Prete	1998	06	42	14,3%
R. Lo Prete	1999	03	21	14,3%
TOTAL		63	254	24,8%

La caractérisation des chroniques du médiateur de presse selon la présence ou l'absence des communications des lecteurs montre l'agencement de l'un des dispositifs qui peut entrer dans l'accomplissement de l'analyse des médias. Isolé, ce trait ne saurait pas prendre de sens. D'autres spécificités des chroniques du médiateur de presse s'accommodent du repérage et de la compréhension de la modélisation de cette fonction.

⁹ « A publicação do caderno certamente estimulou os leitores a pensar nesse assunto, e a criticar o jornal ». In : J. N. de Sa, « Os números que espantam », *Folha de S. Paulo*, 25/09/1994.

¹⁰ « Para o leitor, o ideal seria encontrar um jornal que soubesse combinar a petulância da *Folha* com a segurança da *Gazeta* ». In : M. Leite, « Tapas, beijos e mapas », *Folha de S. Paulo*, 08/01/1995.

¹¹ « É o que o leitor mais espera de um jornal como a *Folha*: iniciativa ». In : M. Leite, « Efeito Brahma-Antarctica », *Folha de S. Paulo*, 28/04/1996.

¹² « Quando todos os leitores aguardavam drama e detalhes, A *Folha* lhes serviu ironia ». In : M. Leite, « Os extremos da tragédia », *Folha de S. Paulo*, 16/06/1996.

¹³ « Aos olhos do leitor, as falhas do jornal ficam mais graves quando vêm embrulhadas em arrogância ». In : R. Lo Prete, « A eleição vista no espelho », *Folha de S. Paulo*, 27/09/1998.

10.1.2 Les situations d'absence du lecteur

En 1995, sous la plume de M. Leite, les communications des lecteurs n'étaient pas insérées dans 14 des 49 chroniques (28,6% de l'ensemble). Les chroniques qui n'apportent pas de communications de lecteurs sont celles où le médiateur procède à l'analyse du traitement de l'information pendant la semaine écoulée, accompagnée ou non de commentaires des événements. Il examine le traitement de l'information politique (2 chroniques), rend compte des conférences annuelles de l'ONO (1) et d'un forum sur le journalisme, animé par l'*ombudsman*¹⁴ (2), analyse la médiatisation des faits de société – la mercantilisation du corps féminin (1) –, analyse du rôle de l'investigation de la presse dans les faits de société – le sport (1) et les conflits fonciers (2) –, compare la performance de la presse dans l'investigation des affaires politico-financières (3), analyse les relations entre le champ journalistique et l'Etat¹⁵ (1), fait un bilan générique de la presse, en ressortant les points faibles (2). A part le compte rendu des conférences de l'ONO et le cas du forum, le sujet des chroniques ne disposant pas de la voix des lecteurs ont trait à l'appréciation des pratiques journalistiques où le médiateur assume le rôle de critique des médias, et, particulièrement, de la production de l'entreprise de presse qui l'avait engagé.

10.2 La mise en scène de la communication du lecteur

Composé d'un unique fragment textuel, contenant une seule ou plusieurs thématiques ou constitué par plus d'un fragment textuel où chacun obtient un titre et une mise en page séparés, les chroniques des *ombudsmans* peuvent déployer plusieurs unités d'interprétation dans une même chronique. Ainsi, la distinction des modalités des chroniques a comme unité d'interprétation le fragment thématique, de sorte que chaque chronique peut en avoir plus d'un. Une première caractérisation du contenu des chroniques de l'*ombudsman* est réalisable

¹⁴ Il s'agit du 2^{ème} Fórum *Folha* de Jornalismo e Mídia, dont les conférenciers étaient le porte-parole du gouvernement brésilien, des rédacteurs en chef, des directeurs de rédaction et des directeurs de journaux européens, sud-américain et nord-américain et d'une agence de presse.

¹⁵ A propos des monopoles de la communication.

en prenant en compte la place occupée par les reproductions des propos des lecteurs. Outre l'absence totale de communications de lecteurs, on peut souligner les différentes modalités d'insertion de la parole du lecteur : on retrouve des chroniques qui comportent des extraits de communications de lecteurs illustrant les appréciations produites par l'*ombudsman*, exemplaires des points de vue des lecteurs ou d'une faiblesse du traitement de l'information préalablement décelée par l'*ombudsman*.

10.2.1 De la singularité du contenu

Si les textes sans communications des lecteurs représentent presque le quart (24,8%) des chroniques, d'autres modalités d'insertion du lecteur signalent la distinction entre la production de la critique du traitement de l'information et la réception des réclamations des correspondants de l'*ombudsman*. Dans la collection de chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, certains textes tissés de fragments de communications de lecteurs sont rares. Parmi les 195 chroniques analysées, elles totalisent deux chroniques. Dans ces chroniques où les communications des lecteurs occupent une place plus large que celle qui leur est normalement attribuée, certains dispositifs signalent ce caractère exceptionnel : le titre et le corps du texte annoncent et expliquent leur singularité, leur disposition spatiale spéciale (chaque communication du lecteur reçoit, au moins un paragraphe) et un minimum d'interventions linguistiques. En ce qui concerne les titres, les *ombudsmans* font remarquer la singularité du contenu de ces chroniques, comme l'inclusion du vocable 'lecteur' ou d'autres manières de mettre en scène du destinataire (tableau 2).

Tableau 2 – Chroniques dans lesquelles le destinataire est mise en scène

Titre	Auteur	Date
« O leitor no lugar do ombudsman ¹⁶ »	J. N. de Sa	15/05/1994
« Sua vez ¹⁷ »	R. Lo Prete	27/12/1998

Dans les corps des textes, les explications sur leur singularité suivent ceux des titres : « La chronique d'aujourd'hui n'a pas été écrite par moi, mais par les lecteurs qui se sont manifestés au long de la semaine. [...] J'estime important de reproduire ici certaines de leurs idées pour montrer que le lecteur n'est pas niais (ni avale n'importe quoi comme

¹⁶ « Le lecteur à la place de l'*ombudsman* ».

¹⁷ « A votre tour ».

nouvelle)¹⁸»; « J'ai décidé de profiter de cette dernière chronique de l'année pour rendre public une petite fraction de [la] correspondance¹⁹ » reçue pendant quelques mois, archivées et tenues en réserve. L'*ombudsman* justifie l'usage tardif des communications des lecteurs pour ce qu'elles ont d'aptitude à « mettre en exemple des réclamations récurrentes²⁰ ». Ces dispositifs traduisent une certaine utilisation instrumentale des réclamations des lecteurs : cette chronique démontre la capacité des lecteurs à évaluer les pratiques professionnelles des journalistes et/ou s'intéresse à montrer quelque chose, à faire état d'une certaine situation, à mettre en lumière un type de faiblesse du champ journalistique.

10.2.2 Demande de participation du lecteur

Dans l'une de ces chroniques composées par les communications des lecteurs – « O leitor no lugar do ombudsman » – consacrée à la couverture journalistique de l'accident mortel du pilote brésilien A. Senna pendant une course de Formule 1, en Italie, et des funérailles qui ont suivies, l'écriture et l'envoi d'opinions ont été encouragés par l'*ombudsman* elle-même. Dans sa chronique précédente, J. N. de Sa appelle les lecteurs à lui faire parvenir leurs appréciations sur le traitement de l'événement, tout en guidant leur regard en suggérant certains aspects qui devraient être observés :

« Par téléphone, par fax [...] ou par lettre, je veux savoir quelle est l'opinion du lecteur. La presse a-t-elle été suffisamment informative, ou bien s'est-elle laissée aller à fonctionner simplement à l'émotion ? Estimez-vous, vous lecteur, que vous avez reçu des nouvelles et des informations correctes tout le temps ? Avez-vous compris les conditions dans lesquelles l'accident est survenu, et comment très exactement Senna était mort ? Avez-vous eu des informations correctes sur la libération du corps et sur son arrivée au Brésil ? Avez-vous vu les plans du cortège funèbre qui ont aidé à sa localisation ? Selon vous, la presse a-t-elle traité avec respect la famille, la fiancée et les amis du pilote, ou bien a-t-elle fait de la sensation et du scandale avec leurs douleurs respectives ? Concernant la fille supposée et illégitime du

¹⁸ « A coluna de hoje não foi escrita por mim, mas pelos leitores que se manifestaram ao longo da semana [...]. Acho importante reproduzir algumas de suas idéias aqui para mostrar que o leitor não é bobo (nem engole qualquer coisa como notícia) ». In : J. N. de Sa, « O leitor no lugar do ombudsman », 15/05/1994

¹⁹ « Decidi aproveitar a última coluna do ano para tornar pública uma pequena fração dessa correspondência ». In : R. Lo Prete, « Sua vez », *Folha de S. Paulo*, 27/12/1998.

²⁰ « Exemplificar reclamações recorrentes ». In : R. Lo Prete, « Sua vez », *Folha de S. Paulo*, 27/12/1998.

pilote, avez-vous l'impression que la presse profite de l'histoire ou qu'elle en fait plutôt un traitement informatif ?²¹ ».

Cette demande de participation de la part du lecteur au travers de l'envoi de communications n'est pas un cas isolé. Les demandes de participation peuvent concerner l'opinion du lecteur à l'égard du traitement d'un événement (comme la mort de A. Senna), d'un thème ou de certaines pratiques journalistiques. De même que J. N. de Sa indique là où le regard du lecteur devrait s'arrêter, de même que dans cette modalité de chronique, l'*ombudsman* tente d'établir des points d'observation du traitement de l'information et cherche à mettre en relief les thèmes de débat les plus appropriés. En confortant la position de l'*ombudsman* en tant que décideur de l'agencement de la chronique, ces dispositifs sont révélateurs des rôles assignés et du rapport de force entre l'*ombudsman* et les lecteurs ; on a alors affaire à une participation du lecteur fortement encadrée par l'*ombudsman*. Les demandes de participation peuvent être divisées en *thématiques* et *positions éditoriales*.

10.2.2.1 Les participations thématiques

Certaines demandes de participation thématique se caractérisent par leur répétition durant plusieurs mois et s'accordent avec ce que les *ombudsmans* considèrent comme les points faibles du journal. En insistant sur les appels à la participation thématique, J. N. de Sa et M. Leite ont reçu des matériaux qui ont servi à cautionner le diagnostic de certaines fautes, de certaines caractéristiques du journal considérées comme déplorables. Ainsi, l'*ombudsman* va, par sa propre observation et par les exemples des lecteurs, illustrer l'appréciation antérieurement établie. J. N. de Sa pousse le lecteur à lui faire parvenir des exemples de titres et de légendes photographiques maladroitement formulés, alors que M. Leite demande au lecteur de repérer dans le journal les fautes orthographiques et logicomathématiques. La première avait élu les titres « l'une des pires choses²² » du journal et propose au lecteur : « à

²¹ « Pelo telefone, pelo fax [...] ou cartas, quero saber qual a opinião do leitor. A imprensa foi suficientemente informativa, ou se deixou levar pela emoção? Você, leitor, acha que recebeu notícias e informações corretas o tempo todo? Entendeu as condições em que ocorreu o acidente, e como exatamente Senna morreu? Teve informações corretas sobre a liberação do corpo e sua chegada ao Brasil? Viu mapas sobre o cortejo fúnebre que ajudaram sua localização? Na sua opinião, a imprensa tratou com respeito a família, a namorada e os amigos do piloto, ou fez sensacionalismo e escândalo com a sua dor? Sobre a suposta filha ilegítima do piloto, que impressão você tem de que a imprensa se aproveita da história ou dá a ela um tratamento noticioso? ». In : J. N. de Sa, « Em busca de mais qualidade », *Folha de S. Paulo*, 08/05/1994.

²² « Uma das piores coisas ». In : J. N. de Sa, « O direito de ter opinião », *Folha de S. Paulo*, 30/01/1994.

la maison, si le lecteur veut constater la taille du problème, vous prenez dans une unique édition tous les titres considérés comme mauvais. Le critère est simple : mauvais est un titre qui n'informe pas correctement, ou pas du tout, ou qui dénonce le reportage qu'il devrait prétendument présenter. Entourez-le en rouge et envoyez-le à l'*ombudsman*²³ ». M. Leite se dispose, dès sa première chronique d'*ombudsman*, à combattre les manquements linguistiques en exposant son intention de, « à la manière d'un programme minimum, [...] faire le maximum d'attention²⁴ » au style et aux fautes linguistiques, et par la suite, à celles logicomathématiques²⁵. Et pour cela, il demande l'appui du lecteur.

10.2.2.2 Les opinions sur les positions éditoriales

L'autre modalité de demande de participation concerne l'émission d'opinions sur les positions éditoriales du journal. Contrairement à l'exemple antérieur, cet appel à la communication du lecteur est ponctuel et repose sur des objets définis. Il s'agit, par exemple d'interroger le lecteur sur un article précis, une illustration particulière, une pratique professionnelle spécifiée par l'*ombudsman* dans les colonnes de sa chronique. L'*ombudsman* va alors demander au lecteur, par exemple, « publierez-vous les trois photos que vous voyez ici ? Oui ou non ?²⁶ » ou « et vous, lecteur, qu'est-ce que vous en pensez ? Qu'est-ce que vous feriez si vous étiez le rédacteur en chef du journal et que vous aviez dans vos mains une révélation de caractère personnel sur un candidat à la présidence ? E-mails à l'*ombudsman*²⁷ ». Dans les chroniques suivantes, l'*ombudsman* revient au sujet en justifiant

²³ « Se o leitor em casa quiser conferir o tamanho do problema, anote numa única edição todos os títulos que considerar ruins. O critério é simples: ruim é o título que não informa direito, ou não informa nada, ou ainda desdiz a reportagem que supostamente deveria apresentar. Faça um traço vermelho em volta dele e envie para a ombudsman ». In : J. N. de Sa, « De olho nos títulos », *Folha de S. Paulo*, 20/03/1994.

²⁴ « A modo de um programa mínimo [...] prestar o máximo de atenção ». In : M. Leite, « Pobre imprensa », *Folha de S. Paulo*, 02/10/1994.

²⁵ Cette intention déclarée est, selon l'*ombudsman*, bien acceptée par lecteurs qui lui ont envoyé « nombre de lettres et d'appels téléphoniques qui [lui] ont poussé à une croisade pro-langue » (« número de cartas e telefonemas que me incentivavam a uma cruzada pró-língua ». In : M. Leite, « Tudo em família », *Folha de S. Paulo*, 23/10/1994.

²⁶ « Você publicaria as três fotos que vê aqui? Sim ou não? ». In : M. V. Santos, « Abertas », *Folha de S. Paulo*, 02/02/1997.

²⁷ « E você, leitor, o que pensa ? O que faria se editasse o jornal e tivesse nas mãos uma revelação de caráter pessoal sobre um candidato a presidente ? E-mails para a ombudsman ». In : R. Lo Prete, « Socos, pontapés e privacidade », *Folha de S. Paulo*, 15/03/1998.

que « plusieurs lecteurs se sont sentis motivés [...] et ont pris contact avec l'*ombudsman* pour lui communiquer leur opinion²⁸ ».

Dans sa deuxième chronique, R. Lo Prete pose des questions aux lecteurs, et pourtant, par la suite, elle renouvelle avec parcimonie ce type d'initiative parce qu'elle ressent qu'« à partir du moment où vous le faites, vous êtes plus ou moins obligé à retourner au sujet²⁹ ». En d'autres termes, la demande de participation exige que l'*ombudsman* rende compte des résultats de réponses des lecteurs, indépendamment de la quantité et de la qualité des réponses des lecteurs qui peuvent déplaire au titulaire de la fonction, et du flux événementiel, qui pourrait le conduire à examiner d'autres sujets. Le chroniqueur demande au lecteur sa contribution pour élaborer la critique du journal et lui apprendre à comprendre la logique des pratiques professionnelles des journalistes et les contraintes du journalisme et, au demeurant, à élaborer des critiques acceptables, recevables. Le rôle de pédagogue intègre les explications sur les pratiques professionnelles des journalistes et sur les critères de récolte, de sélection de l'information et des événements. Ce sont des explications qui visent avant tout la catéchisation des lecteurs, selon les « critères journalistiques ». Il est question, avec un discours pédagogique et d'un ton professoral, d'expliquer les contraintes professionnelles et les caractéristiques de la production de l'actualité. Au reste, les réponses aux demandes de l'*ombudsman* provoquent l'augmentation des communications des lecteurs, dont les statistiques sont utilisées par les titulaires de la fonction dans le discours de légitimation de la médiation de presse.

10.3 L'appréciation du traitement de l'information

En tant que producteur d'une critique des médias (*media criticism*), l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* va procéder à l'appréciation du traitement de l'information réalisé par ce quotidien. Néanmoins, les appréciations des titulaires de la fonction peuvent se faire, d'une

²⁸ « Muitos leitores sentiram-se motivados pela coluna de domingo passado [...] e procuraram o *ombudsman* para comunicar sua opinião ». In : M. V. Santos, « Francis e nós », *Folha de S. Paulo*, 09/02/1997.

²⁹ Entretien septembre 1999.

part, sans tenir explicitement en compte les réclamations des lecteurs, et, d'autre part, en mettant en regard ce qui a été publié par plusieurs médias.

10.3.1 La qualification de la concurrence

La concurrence est une autre composante importante des chroniques du médiateur de presse, et cela essentiellement dans deux différentes situations : le médiateur dénonce des choix éditoriaux et rédactionnels des médias d'information concurrents du *Folha de S. Paulo* et les appréciations du traitement d'information du médiateur prennent comme paramètre la production de la concurrence. La première situation était davantage présente au début de la fonction, tandis que plus récemment l'inclusion de la concurrence dans les chroniques des *ombudsmans* se fait notamment par le biais de la mise en parallèle du traitement de l'information. Au demeurant, la distribution temporelle de ces deux modalités d'insertion de la concurrence caractérise moins les particularités et la personnalité de chaque titulaire que l'évolution de la fonction dans ce journal. Lorsque le premier *ombudsman* du *Folha de S. Paulo* affirme que sa fonction consiste à faire la critique des médias, il se dispose à confier aux lecteurs, au fil des chroniques, certains secrets de fabrication de l'information produite par le titre et par ses concurrents et à mettre à jour les intrigues et les rivalités au sein du *Folha*, entre ce titre et la concurrence : « il y a beaucoup de choses à révéler sur la presse brésilienne, sur ses machinations éditoriales, sur les nécessités logistiques et managériales de chaque groupe ou même sur les névroses et les idiosyncrasies des professionnels de ce secteur. Il y a encore beaucoup de choses à dire sur la qualité de cette presse³⁰ ».

Se positionnant comme un critique des médias, l'*ombudsman* se donne alors comme objectif d'apporter son éclairage personnel sur le fonctionnement des médias. La rhétorique de légitimation de l'*ombudsman* projette la fonction en tant que vecteur de différenciation du journal vis-à-vis des médias concurrents. Produire une analyse critique du journal et des médias, c'est donc montrer leurs défaillances et leurs défauts et les intérêts des parties. L'intention de mettre à plat les « machinations éditoriales » de la presse brésilienne devient une caractérisation désobligeante des concurrents et un discours de différenciation des

³⁰ « Há muito o que falar da imprensa brasileira, das maquinações editoriais, das necessidades logísticas e empresariais de cada grupo ou mesmo das neuroses e idiosincrasias dos profissionais da área. Há muito o que falar também da própria qualidade desta imprensa ». In : C. T. Costa, « Quando alguém é pago para defender o leitor », *Folha de S. Paulo*, 24/09/1989.

modèles journalistiques et des lignes éditoriales. Dans cette différenciation, le *Folha de S. Paulo* ressort comme modèle d'excellence journalistique de la presse quotidienne.

Ainsi, pendant les premiers temps de la médiation de presse au sein de ce journal, l'appréciation de la concurrence prenait majoritairement la forme de la condamnation et de dénonciation des choix rédactionnels et éditoriaux des trois autres grands quotidiens nationaux et de la chaîne de télévision Globo. Il s'agissait de montrer les 'ratages', de réprouber les choix idéologiques qui avaient orienté la sélection de l'information et de révéler les dérapages déontologiques des médias concurrents. Autrement dit, l'examen du traitement de l'information chez les concurrents se distinguait par la dénonciation du parti pris et du déficit d'indépendance à l'égard des certains politiciens, de la mise en avant de leurs intérêts commerciaux et politiques et des choix rédactionnels fondés sur leurs idéologies et sur leurs préférences partisans, de la légèreté des comportements professionnels, de la défaillance des méthodes d'investigation, du manque d'innovation et de la reprise d'initiatives journalistiques et commerciales du *Folha*.

Deux chroniques parues dans les soixante jours suivants l'introduction de la fonction en sont des exemples significatifs. Le 17/12/1989, C. T. Costa dresse le bilan de la couverture de l'élection présidentielle, la première de la presse « après presque trente années d'abstinence³¹ » dû au régime d'exception et il brosse le tableau des médias partagés en deux conceptions, la voie 'libérale' et la voie 'conservatrice'. Le libéralisme de la presse, dont le *Folha*, serait l'une des principales expressions, est estimé comme étant la « position de plus avancée » du processus évolutif du journalisme. Les publications libérales caractérisent celles qui « [maintiennent] une posture critique et distante par rapport aux deux candidatures. Ce sont celles qui évaluent le pour et le contre des deux côtés³² ». La semaine suivante, le 24/12/1989, une chronique sur les méthodologies des sondages électoraux examine l'écart entre les réponses données par les enquêtes et les résultats du deuxième tour de l'élection. Toutefois, dès le titre de la chronique, « *O Globo e a manipulação das pesquisas eleitorais* » (« *O Globo et la manipulation des sondages électoraux* »), l'angle de la chronique est la critique du quotidien concurrent, qui aurait expressément favorisé un candidat.

³¹ « Depois de quase trinta anos de abstinência ». In : C. T. Costa, « Imprensa, televisão e candidatos » (« Presse, télévision et candidats »), *Folha de S. Paulo*, 17/12/1989.

³² « Posição mais avançada, no entanto, é das publicações que decidiram manter uma postura crítica e distanciada em relação às duas candidaturas. São as que avaliam os prós e os contras dos dois lados ». In : C. T. Costa, « Imprensa, televisão e candidatos », *Folha de S. Paulo*, 17/12/1989.

Par la suite, les successeurs de C. T. Costa continuent à dénoncer les choix de la concurrence comme dans ces textes de J. N. de Sa et M. Leite : « Par la manière dont il a été rendu public par le plus grand réseau de télévision du pays, l'(e)lecteur a pu de lui-même évaluer le degré de compromission d'une partie des médias envers le Palais du Planalto³³ » ; le quotidien *O Globo*, « le bras imprimé des Organizações Globo, ne cache pas son intérêt dans l'affaire, l'énonçant en gros titres pendant de nombreux jours successifs³⁴ » ; « Même avec une lettre de principes et tout le reste, je ne songerais jamais à être l'*ombudsman* de l'*O Globo*. D'ailleurs, *O Globo* n'a pas d'*ombudsman*. Il n'est pas possible de défendre le lecteur d'un journal qui lui ment³⁵ » ; « Si le *Folha* est, pour beaucoup, le journal du contre, *O Estado de S. Paulo* se désigne comme étant le porte-parole du pour. Le même jour, alors que le premier mettait une bûchette dans le feu, son concurrent produisait une manchette en rose pour Fernando Henrique Cardoso³⁶ ».

Par ces modalités d'appréciation de la concurrence, les *ombudsmans* soutiennent que les titres ne sont pas interchangeables et que le *Folha de S. Paulo* est qualitativement supérieur à ses concurrents. Au fil des chroniques et les titulaires de la fonction se succédant, les dénonciations des choix éditoriaux et rédactionnels des autres médias deviennent moins fréquentes qu'elles ne l'étaient pendant le mandat de C. T. Costa. Les chroniques de M. Leite, dont le 'mandat' va de septembre 1994 à janvier 1997, ont été les dernières qui comportaient régulièrement de qualifications désobligeantes vis à vis de la concurrence. Son successeur, M. V. Santos arrête de le faire, alors que pendant son 'mandat' précédent – de septembre 1991 à septembre 1993 – il le faisait fréquemment.

La disparition des appréciations désobligeantes n'a pas mené à l'abandon des références à la concurrence. Toutefois, les références aux autres médias acquièrent une conformation de paramètre d'examen du traitement de l'information de la *Folha de S. Paulo*. En d'autres termes, l'analyse de la couverture journalistique de ce quotidien se fait amplement

³³ « Pela forma com que foi trazida a público pela maior rede de televisão do país, o (e)leitor pode avaliar por si qual o grau de comprometimento de parcela da mídia na corrida rumo ao Palácio do Planalto ». In : J. N. de Sa, « Conversa de bastidores », *Folha de S. Paulo*, 03/09/1994.

³⁴ « O braço gráfico das Organizações Globo não esconde seu interesse no caso, levando-o à manchete por dias seguidos ». In : M. Leite, « A massa e o público », *Folha de S. Paulo*, 01/09/1996.

³⁵ « Com carta de princípios e tudo, jamais pensaria em ser *ombudsman* de *O Globo*. Aliás, *O Globo* não tem *ombudsman* mesmo. Não há como defender o leitor de um jornal que mente para ele ». In : J. N. de Sa, « A foto 'de perto' e a foto 'de longe' », *Folha de S. Paulo*, 24/04/1994.

³⁶ « Se a *Folha* é para muitos o jornal do contra, *O Estado de S. Paulo* vai se afirmando como porta-voz do a favor. No mesmo dia em que aquela punha um graveto na fogueira, seu concorrente produzia uma manchete rósea para Fernando Henrique Cardoso ». In : M. Leite, « A beira de um ataque de nervos », *Folha de S. Paulo*, 12/03/1995.

par la comparaison de ce qui a été publié et/ou diffusé par d'autres médias et l'*ombudsman* met en regard l'emplacement, la taille et le contenu des titres, des articles et des illustrations et l'exhaustivité des informations du *Folha* et de la concurrence. Ce type d'appréciation était pratiqué dès les premières chroniques, comme dans la chronique du 28/01/1990 où C. T. Costa a reproché la publication d'une fausse nouvelle par quelques médias de diffusion nationale : « Une extraordinaire fausse nouvelle. Il n'y a pas autre manière d'identifier la 'nouvelle' donnée par les principaux journaux et télévisions. Tous ont dit que Collor aurait eu un rendez-vous avec Simonsen³⁷ ». Cette manière d'insérer une appréciation sur la concurrence dans les chroniques de l'*ombudsman* prend de l'ampleur et passe à être constamment employée. Par exemple, en avril 1994, J. N. de Sa confronte la taille et l'emplacement d'une photographie d'un accident automobile parue dans quatre quotidiens de diffusion nationale, pour repérer la recherche du sensationnel opéré par le principal concurrent du *Folha de S. Paulo* : « le mercredi, la scène est apparue à la une de l'*O Estado de S. Paulo* avec une photo qui occupait quatre des six colonnes, en haut de la une. [...] *Le Folha*, l'*O Globo* et le *Jornal do Brasil*, pour en rester seulement à ce que l'on appelle la grande presse, avaient choisi la même photo mais eux ont opté pour les scènes moins choquantes³⁸ ». De même, l'appréciation de la quantité et de la qualité des informations obéit à la logique de comparaison entre la presse : « La semaine qui vient de se passer n'a pas été facile pour le *Folha*. D'abord, *Veja* a fait grand bruit en rapportant le soupçon de ce que Salvatore Cacciola, ancien propriétaire de la Banque Marka, aurait un informateur dans la Banque Centrale. (...) Ensuite, *O Globo* a montré que, tandis que la BC aidait la Banque Marka dans la dévalorisation du réal, Cacciola expédiait R\$ 17 millions vers un paradis fiscal. *Le Folha* a regardé tout cela avec une difficulté à réagir évidente et ceci même pour fournir à son lecteur les plus élémentaires informations d'appui (pour ne citer qu'un exemple, jusqu'à hier le journal n'avait pas publié un profil correct concernant la trajectoire de Cacciola au sein du marché financier)³⁹ ». Ainsi, la concurrence rentre dans les critères d'appréciation des résultats du traitement de l'information.

³⁷ « Tremenda barriga. Não há outra maneira para identificar a 'notícia' dada pelos principais jornais e tv. Todos disseram que Collor teria tido um encontro com Simonsen ». In : C. T. Costa, « Uma barriga e duas lições », *Folha de S. Paulo*, 28/01/1990.

³⁸ « A cena apareceu na quarta-feira na capa de *O Estado de S. Paulo*, numa foto que ocupava quatro das seis colunas do alto da primeira página. [...] *Folha*, *O Globo* e *Jornal do Brasil*, para ficar apenas na chamada grande imprensa, tiveram a mesma foto mas optaram por cenas menos chocantes – a chamada foto 'de longe' ». In : J. N. de Sa, « A foto 'de perto' e a foto 'de longe' », *Folha de S. Paulo*, 24/04/1994.

³⁹ « A semana que passou não foi fácil para a *Folha*. Primeiro, *Veja* fez barulho relatando a suspeita de que Salvatore Cacciola, ex-dono do Banco Marka, teria um informante no Banco Central. [...] Depois, *O Globo*

10.3.2 L'appréciation des résultats

Les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* s'ajustent moins sur la reprise et la réponse des communications des lecteurs que sur la formulation d'appréciations sur le traitement de l'information. Ce qui est généralement en question dans ces appréciations, c'est le résultat final de la production journalistique publiée dans les éditions de la semaine écoulée. Cette caractérisation implique que, d'une part, sauf circonstances exceptionnelles, dans les chroniques des titulaires de la fonction, les pratiques professionnelles qui n'ont pas été précédées ou suivies d'une publicisation – ne sont guère évaluées⁴⁰ et, d'autre part, que les analyses sont d'ordinaire circonscrites aux numéros du journal sortis entre les éditions du dimanche, le jour de parution des chroniques de l'*ombudsman*⁴¹. Par conséquent, les sujets et les thèmes des chroniques de l'*ombudsman* concernent préférentiellement la couverture journalistique de ce qui est considéré comme l'événement, de ce que l'intérêt de la presse retient qualitativement et quantitativement et de ce qui a fait les manchettes et les gros titres de la semaine, à l'instar de ces extraits : « Le jeudi, le plus attendu [...] sondage électoral concernant la course au Palais du Planalto est sorti et a fait les gros titres du *Folha*⁴² » ; « C'était comme une bombe au petit-déjeuner de mercredi : l'approbation de FHC⁴³ s'effondre⁴⁴ » ; « On ne parle pas d'autre chose : la liste du bicho⁴⁵ est au centre des attentions de la presse de ces derniers jours⁴⁶ ».

mostrou que, enquanto o BC socorria o Marka da desvalorização do real, Cacciola despachava R\$ 17 milhões para um paraíso fiscal. A tudo isso a *Folha* assistiu com visível dificuldade para reagir e mesmo para fornecer a seu leitor as mais básicas informações de apoio (para citar apenas um exemplo, até ontem o jornal não havia publicado um perfil decente sobre a trajetória de Cacciola no mercado financeiro) ». In : R. Lo Prete, « Histórias mal contadas », *Folha de S. Paulo*, 18/04/1999.

⁴⁰ Ainsi, l'*ombudsman* R. Lo Prete conteste l'explication d'une journaliste en affirmant que « l'*ombudsman*, aussi que le lecteur, n'avait pas comment deviner qui ont été huit les analystes consultés, étant donné que cette information n'était pas comprise dans le reportage » [« a *ombudsman*, assim como o leitor, não tinha como adivinhar que foram oito os analistas consultados, uma vez que essa informação não constava da reportagem »]. In : R. Lo Prete, « Boas e más notícias », *Folha de S. Paulo*, 14/06/1998.

⁴¹ Par exemple, les événements qui ont une séquence temporelle plus large que la semaine, comme la Coupe du Monde de Football, les affaires politiques et les campagnes électorales, peuvent donner lieu à des analyses rétrospectives de leurs couvertures.

⁴² « A mais aguardada (até agora) pesquisa eleitoral da corrida ao Palácio do Planalto saiu na quinta-feira e foi manchete da *Folha* ». In : J. N. de Sa, « Números, números e mais números », *Folha de S. Paulo*, 10/07/1994

⁴³ Fernando Henrique Cardoso.

⁴⁴ « Foi como uma bomba no café-da-manhã de quarta-feira: Despenca aprovação de FHC ». In : M. Leite, « Orgulho e preconceito », *Folha de S. Paulo*, 05/02/1995.

⁴⁵ Jeu de hasard illicite composé de 25 animaux (*bichos*), chacun représentant quatre dizaines.

⁴⁶ « Não se fala em outra coisa: a lista do bicho está no centro das atenções da imprensa nos últimos dias ». In : J. N. de Sa, « Por um punhado de manchets », *Folha de S. Paulo*, 17/04/1994.

Lorsque les chroniques ne portent pas sur l'événement de la semaine et, en corollaire, dévient du type majoritaire, l'*ombudsman* tend à expliquer au lecteur le choix de son objet : « Le lecteur [...] peut être en train de se demander pourquoi ce sujet a été élu par l'*ombudsman* dans la semaine où la Commission Parlementaire a clôturé ses travaux, le ministre Fernando Henrique Cardoso ayant finalement admis qu'il peut être candidat au Planalto, se disputant avec Lula au travers des journaux, et que la révision constitutionnelle a décollé⁴⁷ » et « Pour cette semaine du Ratinho et du député 'pianiste', je voulais parler d'une régata océanique. Oui, c'est bien cela. Et l'*ombudsman* n'est pas devenue folle, au contraire de ce qui pourrait apparaître⁴⁸ ». Dans l'appréciation du traitement de l'information pendant la semaine écoulée, les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* cherchent à identifier les lacunes de rendement et d'efficacité dans les copies produites par la rédaction. Le rendement se mesure par l'exclusivité, l'originalité, l'interprétation et l'exhaustivité des informations, alors que l'efficacité s'examine selon l'esthétique du matériel graphique, la mise en pages et la lisibilité des énoncés.

10.3.2.1 Le rendement temporel : l'exclusivité et la rapidité

L'immédiateté (*immediacy*) est un concept employé par P. Schlesinger (1993) pour rendre compte de la perception temporelle des journalistes notamment en ce qui concerne la réduction du temps déroulé entre la collecte et/ou la réception d'une information et son traitement pour publication ou diffusion. Dans les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*, l'immédiateté est également un critère d'appréciation des pratiques professionnelles auquel les *ombudsmans* ont largement recours. En plus d'être un paramètre d'affrontement du temps, l'immédiateté est l'un des principaux facteurs de démarquage de la concurrence. Elle évalue la capacité à surmonter les autres médias, à empêcher le ratage d'information. De fait, il n'existe de ratage que si l'information absente dans un quotidien, un newsmagazine, un journal radiophonique ou un journal télévisé est présente chez un autre média d'information concurrent. En appréciant le traitement de l'information à l'égard des scoops et des ratages,

⁴⁷ « O leitor [...] pode estar se perguntando os motivos de o assunto ter sido eleito pela *ombudsman* na semana em quem a CPI encerrou seus trabalhos, o ministro Fernando Henrique Cardoso finalmente admitiu que pode ser candidato ao Planalto, batendo boca com Lula pelos jornais, e a revisão constitucional decolou ». In : J. N. de Sa, « Um é pouco, dois é demais », *Folha de S. Paulo*, 23/01/1994.

⁴⁸ « Na semana de Ratinho e do deputado 'pianista', quero falar sobre uma regata oceânica. É isso mesmo. E a *ombudsman* não enlouqueceu, ao contrário do que pode aparecer ». In : R. Lo Prete, « Naufrágio na regata », *Folha de S. Paulo*, 22/03/1998.

l'*ombudsman* conditionne le travail d'une rédaction par rapport aux autres rédactions de la presse, de manière à ce que la réussite d'une couverture se fasse beaucoup par rapport à la concurrence. Dans cette logique, il importe de surmonter les contraintes horaires qui conditionnent à la fois l'inclusion ou l'exclusion d'informations de dernière heure et les comptes rendus d'événements imprévus ou même de prévus – comme les résultats de matchs de football et les grandes cérémonies médiatiques – survenus au moment du bouclage de l'édition. Ainsi, par l'insertion d'information absentes chez les concurrents, le média démontre sa compétence, comme dans ces exemples :

« Il est difficile d'imaginer une expérience plus frustrante que celle d'ouvrir le journal et ne pas découvrir la nouvelle plus importante du monde de la veille⁴⁹ » ;

« Les journaux se sont sortis de l'affaire de l'écoute téléphonique de la BNDES⁵⁰ de la même manière qu'ils y sont entrés : par un flagrant désavantage face aux newsmagazines, qui ont tout le temps dicté le déroulement de l'histoire⁵¹ » ;

Le ratage est alors corrélé à une « mauvaise performance du journal⁵² ». Dans ce raisonnement, d'une part, en apportant le plus grand nombre d'informations exclusives, le média d'information excelle et, d'autre part, lorsque « rien d'important n'a échappé aux reporters du *Folha*⁵³ », il égalise ou dépasse la concurrence. Ainsi, le traitement de l'information passe par plusieurs fronts de bataille et la rapidité de la transmission de l'information peut garantir la victoire face aux autres médias : « Le *Folha*, qui avait déjà perdu la bataille de la qualité dans la couverture de la maladie de Leandro, a aussi perdu celle de l'agilité dans le dénouement de l'événement⁵⁴ ». Le scoop est aussi une source de profit symbolique pour les journalistes et les journaux (Accardo, 1995). En ce qui concerne le groupe professionnel, le profit interne correspond au dépassement de la concurrence, alors que le profit externe répond à la nécessité de démontrer son autonomie à l'égard des pouvoirs publics et économiques. Qui plus est, le *scoop* est la figure emblématique d'un journalisme

⁴⁹ « É difícil imaginar experiência mais frustrante do que abrir o jornal e não deparar com a notícia mais importante do mundo no dia anterior ». In : M. Leite, « Parem as máquinas », *Folha de S. Paulo*, 12/11/1995.

⁵⁰ Banque Nationale de Développement Economique et Sociale.

⁵¹ « Os jornais saíram do caso do grampo no BNDES da mesma maneira que entraram: em flagrante desvantagem diante das revistas, que o tempo todo ditaram o andamento da história ». In : R. Lo Prete, « Notas grampeadas », *Folha de S. Paulo*, 29/12/1998.

⁵² « Mau desempenho do jornal ». In : M. Leite, « Tudo em família », *Folha de S. Paulo*, 23/10/1994.

⁵³ « Nada de importante escapou dos repórteres da *Folha* ». In : J. N. de Sa, « A hora da virada », *Folha de S. Paulo*, 17/07/1994.

⁵⁴ « A *Folha*, que já havia perdido a batalha da qualidade na cobertura da doença de Leandro, perdeu também a da agilidade no desfecho do caso ». In : R. Lo Prete, « Começou mal e não melhorou », *Folha de S. Paulo*, 28/06/1998.

dominé par la logique économique. Le scoop devient, pour les journalistes et les journaux, un facteur positif pour l'image du média ; il signifie la grandeur du journal, le « prestige » et le « grand journal », ce qui devrait permettre d'enregistrer des retombées économiques positives, de telle sorte que les *ombudsmans* peuvent conclure que le scoop est le plus important facteur de l'excellence d'un journal : « Un scoop reste toujours un scoop. À court terme, il fait beaucoup plus pour le prestige d'un journal que dix cahiers spéciaux⁵⁵ » ; « Il est possible de faire un bon journal sans scoop, mais un grand journal, on ne le fait qu'avec eux⁵⁶ ». D'un autre côté, si la recherche et la présentation d'informations en exclusivité confèrent de la grandeur à un média d'information, l'absence du scoop affaiblit son importance. Après une longue absence d'informations données en exclusivité, tenir un scoop signifie reprendre de la grandeur, et de cette manière un nouveau scoop a le mérite « de replacer le *Folha* sur la liste des journaux qui réussissent des scoops (reportages exclusifs) importants, catégorie dans laquelle il a été un peu absent⁵⁷ ». Au total, l'immédiateté est un critère d'appréciation des pratiques professionnelles attachée à la publicisation des événements inattendus et à la représentation du journalisme en tant que contre-pouvoir, surveillant et dénonçant les errements des pouvoirs. Par conséquent, ce critère concerne principalement l'imprévisibilité des événements et le rôle du journalisme d'investigation. Dans les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*, lorsque la publication d'une nouvelle n'est plus liée à l'urgence, l'immédiateté est un critère insuffisant pour mesurer les résultats du traitement de l'information.

10.3.2.2 Le rendement qualitatif et quantitatif : l'exhaustivité

Dès le lendemain de publication d'un premier texte sur un sujet, il ne suffit pas seulement de s'y référer pour avoir une bonne performance ; la simple insertion d'une information ne garantit pas l'appréciation favorable de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Apporter l'angle que les autres n'en ont pas, avoir la plus large quantité d'information et/ou publier davantage d'informations 'importantes' sur un sujet ou un événement que la

⁵⁵ « Um furo continua sendo um furo [...]. No curto prazo, faz mais pelo prestígio de um jornal do que dez cadernos especiais ». In : M. Leite, « Um furo é um furo », *Folha de S. Paulo*, 06/10/1996.

⁵⁶ « É possível fazer um bom jornal sem furos, mas um grande jornal, só com eles ». In : M. Leite, « Só Isso dá a seu jornal o máximo? », *Folha de S. Paulo*, 22/12/1996.

⁵⁷ « De pôr novamente a *Folha* no rol dos jornais que dão furos (reportagens exclusivas) importantes, do qual andou meio afastada ». In : M. Leite, *Ibid.*

concurrency sont aussi des valeurs prises en considération par l'*ombudsman* dans l'examen d'une édition du journal. Autrement dit, les appréciations du traitement de l'information ont aussi une dimension qualitative et quantitative, ceci dans une visée d'exhaustivité, qui peut être également mesurée en regard de la concurrence. L'*ombudsman* peut alors vérifier la prise en considération de plusieurs aspects d'une information et l'inclusion des informations importantes, l'approfondissement et l'éclaircissement d'un événement, c'est-à-dire il peut certifier que le traitement de l'information a été exhaustif.

Les critères quantitatifs et qualificatifs sont présents dans des appréciations comme : « Pendant cette semaine d'élection, le *Folha* a eu une performance journalistique en dents de scie. D'un côté, il est passé loin de la nouvelle principale. [...] D'un autre côté, le matériel qu'il a publié dans le cahier 'Eleições 96' est clairement supérieur à la couverture de ses concurrents paulistas, eu égard à la quantité et la qualité⁵⁸ » ; « Le lecteur du *Folha* a été [...] celui qui a eu accès à l'information la plus importante de la journée⁵⁹ » ; « Dans la majorité de cas, ce que le *Folha* a pu exhiber dans ses pages n'a pas été très différent de la concurrence⁶⁰ » ; « La presse n'a pas révélé l'essentiel⁶¹ » ; « Le *Folha*, en dépit d'avoir su publier le 8 décembre déjà une liste des contradictions pour cette affaire, n'a pas su les exploiter. Il a été [...] médiocrement correct. Il a été incapable de mettre plus profondément en question le travail des policiers, des procureurs et de juges⁶² ».

10.3.2.3 L'appréciation analytique : l'interprétation des faits

Dans les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, l'appréciation du traitement de l'information dans les pages du quotidien reste négative lorsque la rédaction n'arrive pas à concilier originalité, exclusivité et exhaustivité au moment d'interpréter les événements. Cela peut concerner la discontinuité de l'importance du traitement de l'information et l'apport de

⁵⁸ « A *Folha* teve um desempenho jornalístico misto, nesta semana de eleição. Por um lado, passou longe da principal notícia [...]. Por outro, o material que vem publicando no caderno Eleições 96 é claramente superior à cobertura de seus concorrentes paulistas, em quantidade e qualidade ». In : M. Leite, « Um furo é um furo », *Folha de S. Paulo*, 06/10/1996.

⁵⁹ In : M. Leite, « Desestatizar o noticiário », *Folha de S. Paulo*, 25/02/1996.

⁶⁰ « Na maior parte dos casos, o que a *Folha* exibiu em suas páginas não foi muito diferente da concorrência ». In : J. N. de Sa, « A hora da virada », *Folha de S. Paulo*, 17/07/1994.

⁶¹ « Não revelou o fundamental ». In ; J. N. de Sa, « O país dos homens iguais », *Folha de S. Paulo*, 24/07/1994.

⁶² « A *Folha*, apesar de editar já no dia 8 de dezembro uma lista das contradições do caso, não soube explorá-las. Foi, por assim dizer, mediocrementemente correta. Foi incapaz de questionar mais profundamente o trabalho de policiais, promotores e juizes ». In : M. Leite, « Pessoas e personagens », *Folha de S. Paulo*, 19/02/1995.

conclusions sur un sujet et un événement. La discontinuité porte sur la divergence sur la taille des articles entre les premières et les dernières informations sur une affaire de dénonciation ou sur une investigation de la police, mais aussi sur l'ambiguïté d'une ample couverture pour ce même sujet en comparaison avec le manque de couverture ou la petite taille des articles en ce qui concerne des événements parfaitement programmables, comme les rencontres sportives ou les discours du président par exemple. Les critiques de l'*ombudsman* se rapportent aussi aux contraintes horaires qui entravent la publication des derniers déroulements d'un événement.

L'interprétation prend aussi en compte la complétude, la capacité de présenter une réponse et d'apporter des conclusions sur un événement. Dans cette modalité d'appréciation, l'*ombudsman* cherche à mesurer et à détecter les informations manquantes, les questions restées sans réponse, la partialité – en tant qu'absence d'un point de vue – sur de sujets ignorés ou préférés, sur des thèmes pas assez explorés, sur des analyses superficielles, insuffisantes ou légères, sur les imbrications entre opinion et information. De même, l'interprétation des faits mesure l'expression d'une opinion dans un article d'information ou l'exagération de la critique : « Le texte le '*Velho Congresso* est la maison des désespérés' a renversé le mur qui sépare la critique du préjugé⁶³ ». Par l'identification d'un manque d'information dans le traitement d'un événement, en montrant un angle oublié, une information éclipsée, l'*ombudsman* peut apporter au lecteur un complément d'information notable. Les appréciations de l'*ombudsman* peuvent donc être : le *Folha* « s'est montré incompetent pour offrir à ses lecteurs une vision aussi complète que possible, arrêtée et concluante en ce qui concerne l'accident de Senna⁶⁴ » ou, lors d'une autre occasion, « la presse n'a pas réussi à faire avancer l'histoire ni pour la confirmer ni pour la démentir⁶⁵ ».

Les interrogations menées par l'*ombudsman* laissent encore la place à la fixation des enjeux comme résultant de la division des pouvoirs entre la hiérarchie et la rédaction et au regain normatif engendré par l'établissement de normes rédactionnelles. Lorsque l'*ombudsman* établit une liste de défaillances et parle de la meilleure façon de remplir ce vide, même si les analyses sont publiques, il ne vise pas totalement les lecteurs. Sa cible est surtout les journalistes, dont il veut améliorer les méthodes de travail. La critique *a posteriori* ne modifie pas ce qui a déjà été fait et publié. Ce sont les journalistes que la discussion d'autres

⁶³ « O texto '*Velho Congresso* é casa de desesperados' atropelou a cerca que separa crítica de preconceito ». In : M. Leite, « Orgulho e preconceito », *Folha de S. Paulo*, 05/02/1995.

⁶⁴ « Mostrou-se incompetente para oferecer a seus leitores uma visão tão completa, acabada e conclusiva do acidente com Senna ». In : M. Leite, « Sentimentalismo e jornalismo na F-1 », *Folha de S. Paulo*, 07/05/1995.

⁶⁵ « A imprensa não conseguiu avançar com a história, nem para comprová-la, nem para desmenti-la ». In : M. Leite, « A beira de um ataque de nervos », *Folha de S. Paulo*, 12/03/1995.

méthodes de travail peut aider à mieux planifier la couverture journalistique d'événements futurs :

« J'ai insisté dans ma critique interne sur le fait que le lecteur avait besoin de savoir ce qui sont [les tests physiques de l'équipe brésilienne], comment ils sont appliqués, ce qu'ils mesurent, à quoi ils servent et quelles réponses ils donnent⁶⁶ » ;

« Jusqu'à hier, le *Folha* n'avait pas obtenu les cassettes [...] et n'avait pas non plus avancé dans l'enquête sur les origines de [l']écoute téléphonique⁶⁷ » ;

« J'espère sincèrement que les journaux et les newsmagazines ont su démontrer leur compétence même tardive à devancer cette chronique, en désignant dans les éditions d'hier ou d'aujourd'hui celui qui doit être tenu pour responsable pour ce futile attentat contre la stabilité économique⁶⁸ ».

10.3.3 L'appréciation de la lisibilité

La lisibilité et l'appréhension des énoncés d'un texte journalistique est également un critère usuellement utilisé par les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*. La préoccupation n'est plus simplement la comparaison avec la concurrence, mais aussi de saisir le rendement chez le lecteur et les faiblesses de l'écriture des journalistes. Ainsi, les exigences de l'ombudsman sont de faire correspondre les informations avec les connaissances (supposées ou effectives) des lecteurs et de réclamer un texte limpide et intelligible. Le didactisme attire l'attention des titulaires de la fonction. Dans les chroniques des *ombudsmans*, la qualité de traitement de l'information englobe aussi la mise en contexte des informations et la vulgarisation – scientifique – et l'interprétation des informations politiques, économiques, culturelles, etc. L'insuffisance de contextualisation des copies des journalistes du *Folha de S. Paulo* entre dans les critères d'appréciation des pratiques professionnelles mis en place par les *ombudsmans*. Les titulaires de la fonction peuvent réclamer que la constatation et la présentation d'un fait ou d'un événement ne soient pas accompagnées de l'analyse des conditions de leur émergence, de leurs causes. Les critiques peuvent inclure la nécessité de

⁶⁶ « Insisti na crítica interna que o leitor precisava saber o que são eles [les textes], como são aplicados, o que medem, para que servem e que respostas dão ». In : J. N. de Sa, « Detalhes nada pequenos », *Folha de S. Paulo*, 22/05/1994.

⁶⁷ « Até ontem, a *Folha* não havia conseguido fitas [...] e nem avançado na apuração da origem de um grampo ». In : R. Lo Prete, « Honestos por definição », *Folha de S. Paulo*, 22/11/1998.

⁶⁸ « Espero sinceramente que jornais e revistas tenham demonstrado a competência tardia de desatualizar esta coluna, apontando nas suas edições de ontem ou de hoje quem deve ser responsabilizado por esse atentado fútil contra a estabilidade econômica ». In : M. Leite, « Balança e cai », *Folha de S. Paulo*, 22/01/1995.

prendre en compte les intérêts des sources d'information dans une possible orchestration d'une campagne médiatique à leur avantage. Dans les copies de sujets qui demanderaient une adaptation de connaissances aux profanes en la matière – comme les informations scientifiques, politiques, économiques et culturelles –, l'*ombudsman* tend à examiner la potentialité didactique du texte. Ainsi, ils estiment que « ce journal n'a pas mis en valeur, n'a pas approfondi, n'est pas allé au fond de la nouvelle et de ses développements⁶⁹ », qu'« aucune illustration didactique et historique, aucun tableau synoptique sur les autres quarks, leptons, muons et compagnie. Ni une moindre ligne à la Une⁷⁰ » ou qu'« en dépit d'efforts localisés, la préoccupation en ce qui concerne le didactisme n'est pas encore bien disséminée dans le nouveau cahier. [...] Il ne faut pas oublier que le sujet est aride. Entre autres choses, c'est pour rendre l'univers des finances compressible aux non-initiés qu'a surgi le Folhainvest⁷¹ ».

L'innovation technologique et la rationalisation des fonctions dans les rédactions, qui ont transformé radicalement les pratiques de collecte et de production de l'information, ont également profilé de nouvelles exigences de compétence professionnelle; la fonction de 'correcteur' a disparu dans certaines rédactions, comme c'est le cas du *Folha de S. Paulo*, qui dans son manuel de rédaction affirme que « la correction des textes publiés par le *Folha* est faite par les journalistes qui les ont écrits. Le journal ne dispose pas de professionnels dédiés exclusivement à cette tâche. À cause de cela, il est fondamental que le journaliste du *Folha* ait une parfaite maîtrise du portugais écrit⁷² ». De surcroît, et c'est un sujet qui fait l'unanimité, personne ne peut accuser le journal d'être partisan ou partial s'il se montrait soucieux avec la matière linguistique et logicomathématique et n'imposerait pas de connaissances factuelles. Comme catégorie passe-partout, tous sont d'accord qu'en tant qu'outil de travail, les journalistes doivent pour le moins maîtriser parfaitement la langue: « tout journaliste qui ne prête pas attention à son outil, le portugais écrit, commence à compromettre sa crédibilité. S'il est capable de maltraiter ce qui l'on appelle, et ce n'est pas par hasard, sa langue maternelle,

⁶⁹ « Este jornal não destacou, não aprofundou, não foi a fundo nessa notícia e nos seus desdobramentos ». In C. T. Costa, « Ritmo de Collor é demais para a *Folha* » (« Rythme de Collor est trop pour le *Folha* »), *Folha de S. Paulo*, 07/01/1990.

⁷⁰ « Nenhuma ilustração didática, histórico, quadro sinótico sobre os outros quarks, léptons, múons e companhia ». In : M. Leite, « Top models, toplless, top quarks », *Folha de S. Paulo*, 05/03/1995.

⁷¹ « Apesar de esforços localizados, a preocupação com o didatismo ainda não está disseminada no novo caderno. [...] Não vale alegar que o assunto é árido. Entre outras coisas, foi para tornar o universo das finanças compreensível para não-iniciados que surgiu o Folhainvest ». In : R. Lo Prete, « Vem pra Bolsa você também », *Folha de S. Paulo*, 16/08/1998.

⁷² *Novo Manual da Redação* (1992).

avec quel manque de scrupules ne traitera-t-il pas la marchandise qu'il vend, les informations ?⁷³». Dans ce cadre, les fautes logicomathématiques remplissent le même rôle que les fautes orthographiques.

La couverture de l'événement est analysée par rapport à des critiques comme l'exhaustivité de l'information, la présentation des réponses à toutes les questions posées par le public et la comparaison avec la concurrence. Les analyses critiques de l'*ombudsman* contribuent à insérer les pratiques professionnelles dans une *routine* productive, parce que leurs analyses consistent à cadrer les routines de travail, à trouver une stabilité : ce qui manque, ce qui dépasse, surtout ce qu'ils cherchent dans leurs analyses. De ce fait, ce qu'ils font, c'est chercher à normaliser, à intégrer les pratiques professionnelles – de la sélection des informations à récolter jusqu'à la présentation des informations, en passant par la production de l'information – dans des normes, dans des standards et de laisser le moins de place possible à imprévu. Chaque modalité d'appréciation du traitement de l'information n'est pas isolée des autres, de manière à ce que l'*ombudsman* puisse, dans son analyse, associer plusieurs critères. Par exemple : « même s'il restait en retrait dans l'aspect interprétatif, il présentait encore une meilleure performance dans la quantité d'informations⁷⁴ ».

Au fond, sous l'impulsion du lecteur ou pour leur propre compte, les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* se proposent de soulever et de porter au grand jour les fautes et les faiblesses du traitement de l'information. En effet, c'est par le discours de contrôle des pratiques professionnelles que le journal cherche à neutraliser ou à mettre à son profit cette exposition publique des fautes qui serait l'*ombudsman*. Sous cet angle, les *ombudsmans* mettent en parallèle leur disposition de rechercher et rectifier les fautes et la qualité du journal : « Un journal comme le *Folha* ne commet ni plus ni moins fautes que les autres journaux, et ne corrige ni plus ni moins fautes que les autres journaux représentés dans la réunion [d'*ombudsmans*]. Le lecteur peut être certain de ce que le *Folha* s'inscrit dans une espèce de standard international, dans lequel tous, journalistes et lecteurs, savent qu'il est nécessaire d'améliorer beaucoup, et rapidement, pour satisfaire un public de plus en plus

⁷³ « Todo jornalista que não dá atenção à sua ferramenta, o português escrito, começa a comprometer sua credibilidade. Se é capaz de maltratar aquilo que não por acaso se chama de língua materna, com que falta de escrúpulos não tratará a mercadoria que vende, informações? ». In : M. Leite, « Pobre imprensa », *Folha de S. Paulo*, 02/10/1994.

⁷⁴ « Mesmo ficando para trás no aspecto interpretativo, ainda apresentava desempenho melhor na quantidade de informações ». In: M. Leite, « Os 13 de Nova Brasília », *Folha de S. Paulo*, 06/11/1994.

exigent⁷⁵ ». Le discernement des noirs obscurs équivaut ainsi à faire preuve de sa volonté d'envisager ses faiblesses et ne pas esquiver les défauts qui sont associés à la volonté d'améliorer le journal. Dans ce raisonnement, assumer ses fautes, c'est faire le premier pas vers leur correction et vers l'accroissement de la qualité. Cela conduirait en ligne droite à l'augmentation de la crédibilité. Cette dernière signifie une recherche sur l'amélioration de ses techniques et la discussion systématique de ses méthodes et techniques professionnelles. Admettre ses fautes et ses faiblesses, c'est encore contrecarrer l'image d'arrogance de la presse.

⁷⁵ « Um jornal como a *Folha* não erra mais nem menos do que outros jornais, e não corrige mais nem menos erros que outros jornais representados no encontro. O leitor pode ter certeza de que a *Folha* se encaixa numa espécie de padrão internacional, em que todos, jornalistas e leitores, sabem que é preciso melhorar muito, e rapidamente, para satisfazer um público cada vez mais exigente ». In : J. N. de Sa, « Em busca de mais qualidade », *Folha de S. Paulo*, 08/05/1994.

11 La modélisation des chroniques du médiateur du *Monde*

Avec la mise à plat de certaines caractéristiques des chroniques du médiateur de presse, nous avons pour ambition de comprendre la dynamique de la modélisation de la fonction de médiateur de presse et des tensions suscitées, comme celles qui résultent de la place attribuée au lecteur et des modalités des pratiques professionnelles susceptibles d'être appréciées dans les textes des titulaires de la fonction. Nous proposons une modélisation des chroniques des médiateurs de presse qui prendra en considération la position du lecteur dans les textes – par le biais de son absence ou de sa présence –, la thématique et la confrontation de l'agencement des réclamations des lecteurs et la thématique de la chronique. Nous commencerons par le comptage des chroniques disposant d'interventions de lecteurs ; ensuite, nous analyserons, à travers le parcours chronologique et le parcours thématique, les différentes manières d'agencer la thématique et les réclamations des lecteurs mises en place par les médiateurs du *Monde*.

Dans son article sur « Le médiateur entre deux *Monde* », P. Champagne (2000) examine la production individuelle des trois journalistes qui ont occupé de cette fonction, entre 1994 et 2000, en fonction de leur degré d'acceptabilité au projet éditorial implanté par J.-M. Colombani. En étayant l'hypothèse que la façon d'accomplir cette fonction est subordonnée à la « rencontre de leurs propriétés singulières et de la situation qui est alors celle du journal », le sociologue s'intéresse à classer selon l'adhésion de chaque médiateur les choix rédactionnels du quotidien et/ou de cautionnement du « nouveau *Monde* ». Dans sa typologie des positionnements des titulaires de la médiation, le sociologue retient que A. Laurens s'est

« converti au nouveau *Monde* par nécessité », alors que T. Ferenczi se place comme un « converti par conviction » et R. Solé se montre comme un « converti distancié ».

Le travail méthodologique de P. Champagne consiste, à examiner, par ce biais les appréciations des titulaires à l'égard du contenu du journal exprimé dans leurs chroniques, la position et le rôle de chaque titulaire de la fonction et à établir les éléments de différenciation apparaissant entre chacun d'eux. Par ailleurs, le degré d'adhésion du médiateur de presse à la direction de l'entreprise de presse a rapidement intéressé les universitaires étasuniens dans leurs observations de la fonction de médiateur de presse. J. S. Ettema et T. L. Glasser (1987) ont défini les rôles des médiateurs de presse comme étant une alternative au dilemme qui est de prendre le parti des lecteurs ou bien celui de l'entreprise de presse. Pourtant, dans la caractérisation de la fonction de médiateur, l'adhésion aux lecteurs ou à l'entreprise de presse ne devrait pas être prise isolément, mais mise en rapport avec les autres aspects de la médiation de presse. De plus, se restreindre à l'analyse du degré d'adhésion à l'entreprise de presse, c'est prédéterminer les critères de légitimité des acteurs sociaux et aboutir à une logique de dénonciation d'un type de structuration du groupe professionnel et, à l'opposé, à une logique de légitimation d'un autre type. Inversement, dans une approche constructiviste, nous considérons que le positionnement des acteurs doit être pris en compte, non pas pour élaborer des grilles de manières à les rendre légitimes, mais pour saisir les enjeux et les tensions qui ont donné lieu et qui sont entraînés par leurs positionnements.

Sous cet angle, nous proposons d'étendre l'examen de la production des médiateurs de presse à d'autres critères que le positionnement de l'occupant de la fonction envers la ligne éditoriale et les choix rédactionnels du journal. Il importe de discerner les dispositifs utilisés par le médiateur dans l'appréciation des pratiques professionnelles des journalistes et de mettre à plat la manière dont il procède pour effectuer cette appréciation. Les médiateurs n'ont pas trouvé dans les réclamations des lecteurs un objet figé et prêt et qui constituera indubitablement le matériau de leurs chroniques. Ils sélectionnent, agencent et construisent des pratiques professionnelles qui doivent être appréciées. Nous sommes enclins à considérer que la sélection des réclamations des lecteurs et des pratiques professionnelles à apprécier, tout comme les savoirs appliqués dans leurs appréciations ont un caractère social construit. Notre démarche tiendra d'abord compte des différences entre les trois médiateurs du *Monde* en ce qui concerne les dispositifs pris en compte dans l'agencement des réclamations des lecteurs et des pratiques professionnelles des journalistes du *Monde*.

Nous ferons un parcours chronologique, dans lequel nous entreprendrons l'examen des chroniques des trois médiateurs du *Monde* en commençant par celles que A. Laurens a signé. L'intention n'est pas de faire ressortir les distinctions des dispositifs agencés par chaque titulaire de la fonction, mais plutôt d'analyser l'introduction de nouveaux dispositifs et de nouveaux agencements des situations, qui sont des manifestations de l'évolution de la fonction de médiateur. Pour analyser la typologie des manières d'apprécier les réclamations des lecteurs et les pratiques professionnelles, nous nous appuyerons sur les travaux de L. Boltanski (1990a) sur « La dénonciation publique », dans lequel il examine les ressources auxquelles on peut recourir pour établir et, à l'opposé, disqualifier, une dénonciation. Nous allons reprendre notamment les concepts de 'dé-singularisation' et de 'singularisation', qui concernent les principes d'équivalence et de différenciation des dispositifs. La dé-singularisation consiste à mettre chaque pratique professionnelle en équivalence avec d'autres situations de travail, de manière à ce que la pratique professionnelle dénoncée par le lecteur soit traitée « en tant que membre d'une catégorie auquel pourrait être substitué tout autre membre de la même catégorie sans que la structure de la relation s'en trouve pour autant modifiée ». La singularisation réside dans la « dé-classification » des êtres, ce qui empêche la mise en équivalence, « la relation constitue la définition des objets qu'elle lie, et il n'existe pas, pour les identifier, de principe plus fort que ne l'est la relation elle-même » (Boltanski, 1990a, p. 287). Cette mise en équivalence des différents dispositifs (personnes et choses) en regard d'une situation est celle qui va définir une forme sociale – les réclamations et les pratiques professionnelles à apprécier – pour savoir si celle-ci est conforme au processus de régulation experte (Trépos, 1996).

11.1 L'insertion du lecteur chez le médiateur du *Monde*

Nous allons débiter ce chapitre par l'estimation de l'amplitude des interventions des lecteurs dans les chroniques des médiateurs du *Monde*. Il s'agit de quantifier les chroniques où les communications de lecteurs sont insérées, comme nous avons procédé pour les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*. A l'instar du corpus précédent, chaque chronique formera une unité de numération. Nous allons spécifier la manière dont nous allons

compter la quantité de chroniques disposant de la présence des communications du lecteur et, ensuite, expliquer comment nous avons compté les situations de présence du lecteur, toujours dans l'intention d'être le moins limitatif dans le comptage de la présence de lecteurs. Pour ce faire, nous pouvons utiliser des outils linguistiques pour repérer les stratégies de la reproduction de la parole du lecteur, ce qui peut aller de la transcription du discours direct jusqu'à l'assimilation du discours d'origine, en respectant la terminologie employée par M. Mouillaud et J.-F. Tétu (1989). Notre corpus est composé de 195 chroniques publiées par le médiateur entre avril 1994 et juin 1999, ce qui comprend la totalité de chroniques signées par A. Laurens et T. Ferenczi, et celles de la première année du 'mandat' de R. Solé.

Le médiateur étant chargé de sélectionner des textes de la rubrique du courrier des lecteurs, autour ou à la suite de laquelle est publiée sa chronique, cette dernière peut contenir des références aux lettres, mais sans qu'il en soit forcément fait de citations directe¹. La chronique du médiateur et les lettres environnantes forment, dans les registres discursif et visuel, une « unité fondamentale » (Lavoine, 1997, p. 103). En plus d'occuper l'espace d'une page du journal, ce qui procure d'emblée une dépendance de sens, la chronique et les lettres peuvent formellement constituer un même espace de signification. La concordance de thèmes se produit lorsque le médiateur anticipe dans sa chronique la teneur des lettres et renvoie à leur lecture. De la fin novembre 1995 à juillet 1998, la présence d'un chapeau surmontait la chronique – et les lettres des lecteurs – et créait un espace pour à la fois introduire la chronique et renvoyer à des lettres dont le sujet n'était pas traité dans le corps de la chronique. Les renvois se faisaient par des formulations du type : « Un vrai débat, dans lequel sont entrés de nombreux lecteurs, qui se prolonge ici avec quelques-unes des répliques reçues² » ; « Cette lettre, qu'on lira page 13³ » ; « Suite du forum ci-dessous⁴ » ; « Nous publions ci-dessous quelques-unes de ces réactions⁵ ».

L'une de ces situations se manifeste lorsque le médiateur présente, par les moyens linguistiques de l'assimilation, une réclamation du lecteur, la commente et renvoie à sa lecture. En effet, dans la chronique, il se peut que l'on cite non pas un lecteur, mais une lettre, dont on apprend le sujet. Cette citation illustre ce cas de figure :

¹ Rappelons qu'au *Monde*, la rubrique du courrier du lecteur est toujours publiée à l'entour de la chronique du médiateur.

² In : A. Laurens, « Sur les causes du chômage », *Le Monde*, 07/05/1994.

³ In : A. Laurens, « Derrière les faits divers », *Le Monde*, 13/03/1995.

⁴ In : A. Laurens, « La crise sociale, parlons-en », *Le Monde*, 08/01/1996.

⁵ In : T. Ferenczi, « Le part du risque », *Le Monde*, 10/02/1997.

« On trouvera dans cette page quelques premières lettres se rapportant au débat [...] sur le passé de M. Mitterrand. D'autres suivront la semaine prochaine sur ce thème ainsi que sur celui, controversé, de sa santé⁶ »

Les attributions d'écrire la chronique et de sélectionner des lettres qui puissent être publiées peuvent se combiner avec un autre procédé. La chronique du médiateur accueille les communications de lecteurs qui réagissent, commentent l'actualité ou qui apportent des compléments d'information. Dans ces cas de figure, le médiateur procède moins par l'appréciation des communications des lecteurs qu'à leur présentation ou au rappel du sujet des circonstances évoqués par l'auteur de la correspondance, comme dans la chronique « Distance et dialogue » du 06/03/1995. Ainsi, dans ces types de présence du lecteur, les communications des lecteurs sont évoquées dans les chroniques, sans être incluses dans le corps de la chronique du médiateur, alors qu'elles sont présentes et repérables dans les espaces environnants, c'est-à-dire la rubrique du courrier du lecteur. On peut également retrouver les traces de la présence du lecteur dans les cas où le médiateur explique les critères de sélection du courrier qui entoure ou suit la chronique du médiateur. A titre d'illustration, dans la chronique « Sur les causes du chômage » du 07/05/1994, aucun fragment d'intervention de lecteur n'y est directement rapporté, alors que les thèmes de cette chronique sont les « critères généraux » du choix des lettres publiées et un rappel du contenu d'un article auquel le courrier répond, c'est-à-dire qu'il rappelle « en substance à qui et à quoi s'adressent ces répliques ». Ces trois modalités d'occurrences seront considérées comme des situations où le lecteur est considéré comme présent effectivement dans les chroniques du médiateur.

En d'autres mots, nous allons considérer que le lecteur est absent lorsque dans le chapeau et le corps de la chronique du médiateur, il n'y a pas d'occurrence dans la reproduction de communications de lecteurs, pas renvois au courrier du lecteur ni présentation des critères de sélection des lettres de la rubrique de lettres. Par ailleurs, seront classées comme une absence du lecteur, les chroniques dans lesquelles le terme lecteur fait référence à celui qui lit le journal, sans le situer dans le temps et dans l'espace, ni le mettre en rapport avec une réclamation qui a donné lieu au sujet de la chronique. Par exemple, dans cette chronique « Une fabrique de mots », de R. Solé, on lit que « chaque jour, sans le savoir, les journalistes du *Monde* fabriquent de nouveaux mots. Leurs lecteurs les plus attentifs sont les auteurs de dictionnaires, qui passent au peigne fin cette production quotidienne ». Pourtant,

⁶ In : A. Laurens, « Enquête sur les personnages », *Le Monde*, 17/09/1994.

nous n'avons pas considéré cette phrase comme une occurrence de lecteurs. En effet, les lecteurs dont on parle le font par la force de leur activité professionnelle en tant que, par exemple, lexicographes de chez Larousse. Cet acte s'étend dans le temps et dans l'espace.

Tableau 1 – L'insertion du 'lecteur' dans les chroniques du médiateur du *Monde*

Titulaire/année	Avec lecteur	Sans lecteur	Chroniques	Pourcentage/ sans lecteur
A. Laurens / 1994	33	-	33	0%
A. Laurens / 1995	39	-	39	0%
A. Laurens / 1996	09	-	9	0%
T. Ferenczi / 1996	08	-	8	0%
T. Ferenczi / 1997	43	4	47	8.5%
T. Ferenczi / 1998	30	-	30	0%
R. Solé / 1998	13	-	13	0%
R. Solé / 1999	14	2	16	12.5%
Total	189	6	195	3.1%

11.1.1 L'absence du lecteur

L'absence du lecteur est moins fréquente dans les chroniques du médiateur du *Monde* que dans celles de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Des communications des lecteurs sont insérées dans la presque totalité des chroniques du médiateur de quotidien. Dans les 195 chroniques du médiateur publiées entre avril 1994 et juin 1999, le lecteur n'apparaît pas dans six chroniques seulement, ce qui représente 3,1% des chroniques. Dans ses 81 chroniques, A. Laurens ne se lasse pas d'intégrer des communications de lecteurs, de renvoyer à leurs lettres ou de signaler les critères de sélection du courrier du lecteur. Dans le groupe des chroniques signées par T. Ferenczi on rencontre quatre de ses 85 chroniques sans l'insertion de lecteurs, tandis que R. Solé oublie de citer des interventions de lecteurs dans deux chroniques, parmi les 16 publiées de janvier à juin 1999.

L'absence de lecteurs est diversement utilisée par les médiateurs du *Monde*. Dans les chroniques de T. Ferenczi, elles possèdent une catégorie thématique semblable, alors que les deux chroniques sans lecteur de R. Solé couvrent des sujets bien distincts. Dans les quatre chroniques sans lecteur du deuxième médiateur du quotidien, les thématiques concernent la présentation de l'ONO, la caractérisation de certaines contraintes, de quelques problématiques et de compte rendu de discussions qui animent l'espace journalistique. Ainsi, T. Ferenczi a voulu faire connaître les évolutions de l'espace journalistique. Ces chroniques sont : « Ombudsmen de tous les pays... », du 12/05/1997 ; « La France et les leçons du Watergate »,

du 07/07/1997 ; « Défendre les droits de l'homme », du 21/07/1997 et « L'information sans journalistes », du 10/11/1997.

11.1.2 Les situations de l'absence du lecteur

Dans les quatre textes, l'événement apporté a eu lieu à l'étranger : la première chronique rend compte de la convention annuelle de l'ONO, à Barcelone ; dans la deuxième chronique, T. Ferenczi discute, à l'occasion des vingt-cinq ans de l'affaire du Watergate, des « leçons » du journalisme d'investigation qui doivent être retenues ; pour sa troisième chronique, le médiateur rend compte du séminaire sur Les droits de l'homme et les médias, organisé par le Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés, à Budapest ; et dans sa quatrième chronique, partant d'un exemple étasunien, le médiateur examine le rôle de certaines associations qui réalisent enquêtes sur la politique intérieure, dont les rapports peuvent fournir aux journalistes un matériau utile à l'élaboration de reportages. De fait, le recours à des faits survenus à l'étranger se fait par une mise en équivalence des discussions internationales et de l'expérience française, c'est-à-dire que pour T. Ferenczi, il est important de savoir si un dispositif mis en place à l'étranger rencontre ou non un dispositif similaire en France.

T. Ferenczi est le seul médiateur du *Monde* à mentionner des discussions internationales, y compris dans les chroniques où le lecteur est inséré. Par ces dispositifs, le médiateur accède au retour réflexif des pratiques professionnelles des journalistes et « [jette] un regard sur les polémiques qu'accueillent dans leurs colonnes les journaux étrangers » pour « élargir le champ de notre réflexion⁷ », tout en dégagant un discours de légitimation et de justification du groupe professionnel. Il peut alors reprendre un exemple de « collaboration [...] possible entre journalistes et non-journalistes, au service d'une information meilleure » où la perte du « traditionnel monopole des journalistes sur l'information » dans leur « rôle irremplaçable de professionnels chargés du tri et de la vérification des nouvelles » peut être compensée par la mise en lumière des informations qui clarifient le débat public. L'exemple vient d'un article de R. Harwood, au *Washington Post*, reproduit par l'*International Herald Tribune*. Au reste, de même qu'il est le seul médiateur à mettre en scène des discussions

⁷ In : T. Ferenczi, « Le singulier pouvoir des journalistes », *Le Monde*, 13/01/1997.

internationale, T. Ferenczi est, parmi les trois médiateurs du *Monde*, l'unique médiateur qui conserve rigoureusement, du début à la fin de son 'mandat', la régularité de parution de la chronique. Cette thématique, en plus de souligner une ouverture sur d'autres espaces journalistiques, rend possible le maintien de la régularité de publications des chroniques et libère le médiateur, pendant une semaine, de reprendre les réclamations des lecteurs.

Dans ses deux chroniques sans lecteurs, R. Solé, qui adopte l'irrégularité de parution de la chronique, se rapporte au contenu du journal *Le Monde*. A la première chronique « Une fabrique de mots », du 18/01/1999, il cite les néologismes que le département de langue française de la maison d'édition Larousse a détectés dans les éditions du *Monde* en 1998. La deuxième chronique est « Des photos et des mots », du 19/04/1999, dans laquelle le médiateur présente « la dernière innovation » du journal en matière de publication de photographies, que sont des images de la guerre en Serbie. Dans ce cas, R. Solé répond aux questions plus générales que posent la publication de photographies de ce type d'événement et de ses implications dans la ligne éditoriale du journal. Mais, qui pose ces questions et qui y répond ? La lecture de la chronique permet de fournir quelques éléments de réponse. Le médiateur rapporte les discussions sur le sujet tenues pendant un comité de rédaction du journal, l'unique instance éditoriale du journal à laquelle R. Solé participe. Les auteurs des questions ne sont pas identifiés, on peut les attribuer aux participants des discussions, c'est-à-dire le médiateur lui-même et les autres journalistes du *Monde*. Sauf pour la première réponse qui provient de D. Roynette, directrice artistique, les réponses ne sont liées à son auteur. Au demeurant, ces deux chroniques de R. Solé anticipent la réaction des lecteurs en posant des questions à leur place et en justifiant les choix du journal, alors que T. Ferenczi renonce à insérer des interventions de lecteurs pour inclure dans la chronique des discussions internationales.

En tant que composant de la modélisation de la médiation de presse au *Monde*, la quantité de chroniques sans présence de lecteurs est plus significative que leur diversification thématique. C'est la disproportion entre les chroniques sans et avec interventions de lecteurs qui prend du sens. Dans la plupart des textes de sa rubrique, le médiateur de ce quotidien va exposer les réclamations reçues et analyser les actes professionnels dont il est question. Nous avons précédemment observé que le discours de justification de la fonction de médiateur de presse s'appuie, par le moyen d'autres dispositifs, sur la fluidité du groupe concernant leurs activités professionnelles au point que certains agents peuvent la proposer comme « une entité unipersonnelle » (Mesquita, 1998, p. 85) ce qui veut dire que la médiation de presse est

modelée par le profil de la personne occupant ce poste. Toutefois, contrairement aux propositions du groupe professionnel, au *Monde*, comme au *Folha de S. Paulo*, d'un titulaire de la fonction à l'autre, les chroniques ne se différencient qu'en surface, par une mobilisation de dispositifs – d'êtres et de choses – distincts et n'impliquent pas de nouveaux modèles de médiation de presse. Dans sa majorité, les chroniques des médiateurs du *Monde* se configurent en incluant des appréciations et en donnant des réponses aux réclamations des lecteurs envoyées au titulaire de la fonction et à d'autres services du journal.

11.2 Manières d'apprécier : de la dé-singularisation et de la singularisation

A l'instar de la chronique « Où sont les clés ? », dans laquelle on lit que « Cela commence toujours de la même façon : Un lecteur nous écrit...⁸ », aux débuts de la médiation au *Monde*, les chroniques de A. Laurens contenaient régulièrement les mêmes structures narratives et un semblable ordonnancement d'objets, à savoir : La reproduction de la plainte d'un, de deux lecteurs ou, tout au plus, de trois lecteurs⁹, et l'appréciation du titulaire de la fonction. Dans son appréciation des pratiques professionnelles mises en cause par les lecteurs, le premier médiateur du quotidien tendait toujours à ramener la question posée à des explications sur les principes généraux du fonctionnement du champ journalistique ou sur les principes constitutifs du *Monde*, de sorte que les critiques individuelles des lecteurs motivaient le déploiement d'une rhétorique légitimatrice du journalisme et/ou de la ligne éditoriale du journal. En d'autres termes, le médiateur présentait la plainte du lecteur, analysait hâtivement le papier sur lequel le lecteur avait porté une réclamation ou se gardait de le faire. Ensuite, il décelait les critiques généralisables à une catégorie de pratique professionnelle, en mettant donc les pratiques professionnelles en équivalence.

La sélection des réclamations des lecteurs favorisait l'identification de similitudes entre les activités professionnelles. Les réclamations des lecteurs insérées dans la chronique du médiateur étaient retenues parce qu'elles comportaient une mise en question qui pouvait être

⁸ In : A. Laurens, « Où sont les clés ? », *Le Monde*, 10/09/1994.

⁹ La reproduction de l'intervention du lecteur pourra prendre plusieurs formes, allant de la transcription d'un extrait en discours direct, jusqu'à l'assimilation de la parole.

étendue à d'autres situations et pour ce qu'elles renfermaient en terme d'exemplarité et de représentation envers les autres correspondances de lecteurs, c'est-à-dire d'une capacité à remplacer au mieux d'autres critiques de la même catégorie et d'une capacité à représenter les plaintes formulées par d'autres lecteurs. En espèce, une lettre était sélectionnée « parce qu'elle met en cause notre travail mais aussi parce qu'elle traduit, à sa manière, un sentiment d'injustice assez répandu : d'autres lettres en témoignent¹⁰ ». D'un autre côté, de même que le courrier du lecteur était généralisable, de même les appréciations du médiateur ramenaient les pratiques professionnelles en discussion à une universalisation et à une généralisation. Il s'agissait moins de discuter un acte professionnel directement mis en question par le lecteur que de parler des dispositions du champ journalistique. En d'autres termes, les chroniques de A. Laurens utilisent une réclamation ou une constatation circonstancielle comme facteur de déclenchement d'une explication globale du traitement d'un sujet, d'un processus de sélection de l'information, des principes journalistiques respectés par le journal.

Parmi les ressources rendues disponibles auprès du médiateur pour mettre en relation les pratiques professionnelles, plusieurs catégories de situations de travail peuvent être agencées. Il est possible de repérer la mise en catégories dès la première chronique de A. Laurens. Le lecteur désapprouve la faible importance accordée à un événement spécifique – « la crise provoquée par le CIP ou le 'SMIC-jeunes' » –, manifestée par, selon le rapport du médiateur, « trop de distance, [...] dans son esprit, avec insuffisamment de réceptivité, eu égard à l'importance du malaise révélé ». Ensuite, le médiateur associe la médiatisation de cet événement à l'ensemble des pratiques professionnelles du journal, sur lesquelles il base son jugement sur le traitement de l'actualité. Dans un premier temps, A. Laurens a recours à la mise en équivalence du flux temporel des informations, ce qui place chaque édition du journal dans une relation avec les autres éditions. Ainsi, le médiateur examine la question posée par le lecteur et justifie les choix rédactionnels du journal, en les remettant à une échelle de temps plus large qui permet la dilution de l'importance du traitement de l'information pour ce jour précis. Son argumentation s'appuie sur l'extension temporelle des événements et des informations et la collection des numéros du journal : « la relecture dans la continuité des numéros de la quinzaine concernée ne confirme pas [...] la sévérité de ce reproche », ce qui devrait montrer l'augmentation progressive de l'espace occupé par l'événement. Dans un

¹⁰ In : A. Laurens, « Entre rétention et manipulation », *Le Monde*, 09/04/1994.

second temps, ce médiateur ramène sa justification des choix rédactionnels du *Monde* aux principes journalistiques du quotidien :

« Il serait cependant trop facile de s'en tenir à la seule explication [...] de la montée en puissance mesurée de notre mobilisation dans cette affaire. Il y en a d'autres, de caractère plus général, qui tiennent à la conception que nous nous faisons de la presse écrite. Cette fameuse distance, que nous essayons de respecter – et à laquelle on nous reproche plus souvent de ne pas nous tenir – est l'un des traits distinctifs du *Monde*¹¹ ».

D'un acte professionnel spécifique, du traitement d'un événement précis, A. Laurens expose ses appréciations vers « les traits distinctifs du *Monde* », pour expliquer les méthodes de travail du journal. A d'autres moments, la mise en équivalence sera axée sur la catégorisation journalistique par rapport à la réalité, par la « mise en rubrique » (Mouillaud et Tétu, 1989, p. 64), comme dans la deuxième chronique, où A. Laurens « dépasse ce cas de figure » dirigé par le lecteur, pour aborder « l'information dans le domaine économique¹² », vers une présentation schématique et systématique du champ journalistique. En l'occurrence, le médiateur se concentre sur les contraintes de l'espace journalistique et sur les difficultés à faire de l'investigation dans certains domaines, comme le domaine économique :

« Dès lors, les sources d'information sont chiches et, quand elles ne font pas dans la rétention, c'est pour verser dans la communication [...], ou, pire, dans l'intoxication. Les journalistes doivent franchir ces obstacles, déjouer les pièges, jouer de leurs réseaux de relations pour, simplement, informer les lecteurs. Dans ce face-à-face inégal, ils ont le sentiment de manquer de moyens. Tout travail d'enquête en terrain hostile exige du temps et des personnels qualifiés, éventuellement déchargés d'autres tâches. En particulier de la couverture de plus en plus extensive d'une actualité économique de plus en plus technique et envahissante¹³ ».

Ainsi, le médiateur schématise le traitement de l'information de l'économie – ce qui peut d'ailleurs être étendu à d'autres domaines – comme une indélébile tension entre les intérêts qu'un acteur investit dans l'information et son accessibilité ; plus elle est favorable aux acteurs, plus elle est d'accès facile ; plus elle porte préjudice à ses intérêts, plus elle devient inaccessible, ce qui constitue le « soupçon systématique, le soupçon que tout informateur dissimule un actant qui a un intérêt investi dans sa parole » (Mouillaud et Tétu,

¹¹ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

¹² In : A. Laurens, « Entre rétention et manipulation », *Le Monde*, 09/04/1994.

¹³ In : A. Laurens, *Ibid.*

1989, p. 131). Dans d'autres situations, A. Laurens va pareillement réaliser la montée en généralité dans les chroniques. Dans le tableau 2, nous plaçons sur la première colonne la critique du lecteur et sur autre colonne l'agencement de l'appréciation du médiateur.

Tableau 2 – La dé-singularisation générale

La critique du lecteur	L'agencement de l'appréciation du médiateur
1. « un dessin illustrant [...] 'le non définitif du Pape à l'ordination des femmes' »	« le dessin politique, au sens large, [...] est, dans la presse, une autre façon de réagir à l'actualité ¹⁴ »
2. « des contestations sur le vocabulaire employé (l'adjectif morganatique étant réservé à la monarchie et l'expression fille adultérine étant distinguée de fille naturelle) et des indignations relevant de la morale personnelle »	« ce sont les critiques sur notre conception du journalisme qui retiennent notre attention ¹⁵ »
3. « Des lettres commentant la décision de Jacques Delors ont commencé à arriver au courrier des lecteurs. L'une d'entre elles interpelle [...] les médias sur la manière dont ils ont traité le sujet »	« Les questions posées méritent d'être reprises et élargies, non pour faire un mea culpa, qui ne serait pas de mise, mais pour prolonger cette interrogation sur le rôle des moyens d'informations ¹⁶ »
4. « <i>Le Monde</i> n'en finit pas de devenir un journal à scandales ! L'accusation lui revient à propos de la gestion du domaine immobilier 'privé' de la Ville de Paris et, singulièrement, de la mise en cause d'Alain Juppé. Elle lui a été faite à maintes reprises [...]. D'où qu'ils viennent, nos censeurs sont tentés d'évoquer ce qu'était <i>Le Monde</i> , par rapport à ce qu'il est devenu, et d'invoquer 'l'esprit d'Hubert Beuve-Méry' »	« Jadis, il était inconvenant de porter atteinte au moral de l'armée et à la grandeur de l'Empire, aujourd'hui il est déplacé de déstabiliser des dirigeants dont on attend beaucoup, à la mesure de leurs promesses, avant qu'ils n'aient eu le temps de faire leurs preuves et, somme toute, pour des peccadilles. [...] Faut-il clore l'information relative au domaine public et aux 'scandales' qu'il peut couvrir ? que son rôle a toujours été de dire ce qui n'allait pas de soi dans le fonctionnement de la vie publique, avec le risque, aujourd'hui comme hier, de mettre quelque passion, voire quelque excès, derrière la pugnacité nécessaire à la recherche de l'information ¹⁷ »

A. Laurens pouvait, par le biais de la plainte du lecteur, fixer son attention sur la médiatisation d'un événement, mais il tendait à ne pas examiner le traitement ponctuel de l'information. Le médiateur opérait la dé-singularisation de l'événement, en le ramenant à un sujet ou à un thème. Ainsi, ont été construites des classes d'équivalence dans lesquelles le traitement d'une information et d'un événement spécifiques est justifié par des conduites professionnelles prises à propos de ce type de sujets, de personnages et d'événements. Dans ce tableau 2, nous avons l'explication d'une pratique professionnelle en identifiant un type de métier (exemple 1), en isolant deux justifications des choix rédactionnels ancrés dans des classes génériques du travail journalistique, comme « la conception du journalisme » du journal (exemple 2), le « rôle des moyens d'information » (exemple 3) et enfin en soulignant

¹⁴ In : A. Laurens, « Gros traits et mauvais desseins », *Le Monde*, 11/06/1994.

¹⁵ In : A. Laurens, « Vie publique, vie privée », *Le Monde*, 19/11/1994.

¹⁶ In : A. Laurens, « S'il y a eu une leçon à retenir », *Le Monde*, 17/12/1994.

¹⁷ In : A. Laurens, « De l'acharnement dans le scandale », *Le Monde*, 17/07/1995.

les interdits sociaux qui s'imposent aux choix rédactionnels effectués par les médias (exemple 4).

Ainsi, dans l'exemple 4, les informations sur la « gestion du domaine immobilier 'privé' de la Ville de Paris et, singulièrement, sur la mise en cause d'Alain Juppé » sont remises aux « affaires judiciaires mettant en cause des personnalités politiques de gauche et de droite¹⁸ ». Cette dé-singularisation permet de justifier le traitement de l'événement non pas comme un « acharnement passionnel à l'égard de l'appartement d'Alain Juppé », selon la critique du lecteur, mais comme une spécificité de la compétence professionnelle des journalistes – à montrer les faiblesses de l'espace politique et les stratégies de l'espace politique pour imposer aux journalistes ce qu'il conviendrait d'être dit. Pour justifier le traitement présent dont il a déjà pâti lorsqu'il a affronté les acteurs de l'espace politique, le médiateur va remonter dans le passé et rappeler « toutes les attaques, pas seulement verbales, dont ce journal fut l'objet lorsqu'il dénonçait d'autres errements ou abus, dans l'immobilier, déjà, ou dans de sordides trafics de devises, ou dans l'aveuglement du colonialisme, quand ce n'était pas dans les faiblesses et compromissions d'un système politique... ». Aux critiques d'« acharnement », le médiateur rappelle le positionnement du journal face aux affaires politico-judiciaires de tous bords qu'elles viennent.

En somme, dans ses chroniques, A. Laurens étale ses appréciations dans un temps plus long ou explique l'angle et la place accordée à un événement par rapport à des classes de sujets ou de thèmes, de sorte qu'à propos d'une réclamation du lecteur sur une unité rédactionnelle précise, il déploie des commentaires valables pour toutes les unités de la même classe et les transforme en une réflexion générale sur un type de pratique professionnelle, sur une contrainte du travail journalistique. De plus, au moment de la création de la fonction de médiateur du *Monde*, l'agencement des réclamations des lecteurs privilégiait, dans les chroniques, la dissipation de la défiance du public à l'égard du média et fournissait une explication des pratiques professionnelles que les lecteurs avaient tendance à classer en termes de dérives et d'infidélité à « l'héritage de son fondateur » (Ferenczi, 1998, p. 108) ou à « 'l'esprit d'Hubert Beuve-Méry'¹⁹ ». Dans ses premières chroniques, A. Laurens prend généralement le parti d'écarter les questions circonstancielles – sur un fait, sur un événement, sur le traitement médiatique de l'actualité. Cette disposition n'est toutefois pas exclusive et peut survenir lorsqu'il considère une mise en cause ponctuelle est assez remarquable pour s'y

¹⁸ In : A. Laurens, « De l'acharnement dans le scandale », *Le Monde*, 17/07/1995.

¹⁹ In : A. Laurens, *Ibid.*

arrêter. Dans la plupart des cas, le médiateur utilise la situation mise en cause par un lecteur ou par des lecteurs pour amener la discussion vers une vision globale du quotidien et se plonger sur des considérations générales relatives à la pratique professionnelle des journalistes.

Cette disposition de ramener des réclamations des lecteurs à un discours de justification des pratiques professionnelles, et, ensuite, de faire converger ce discours en une explication des contraintes qui pèsent sur le champ journalistique, épuise rapidement la gamme d'arguments de la rhétorique de légitimation du groupe professionnel des journalistes, sans pour autant empêcher que les lecteurs formulent des plaintes sur un type d'activité professionnelle antérieurement passé en revue par le médiateur. Les médiateurs du *Monde* vont rapidement découvrir les limites de la dé-singularisation des pratiques professionnelles par des explications fondées sur les contraintes générales du champ journalistique. Peu de temps après la publication de la première chronique, A. Laurens sera amené à expliquer de nouveau la même classe de pratique professionnelle. On pourra dire dans son texte de phrases comme « le médiateur a déjà tenté d'expliquer, dans ces colonnes²⁰ » et « nous nous sommes déjà expliqués à cet égard²¹ ». Cette argumentation devient moins fréquente dans les textes de T. Ferenczi, jusqu'à ce que R. Solé la fasse pratiquement disparaître. Les deux successeurs de A. Laurens vont en effet mettre en place d'autres dispositifs pour sélectionner les plaintes des lecteurs et apprécier les pratiques professionnelles mises en question. Au fond, cette disposition argumentaire favorise une configuration de la fonction de médiateur de presse en tant que mécanisme d'explication auprès des lecteurs des pratiques journalistiques et renvoie à la définition de la fonction donnée par la direction du journal, au moment de sa création au *Monde*, dans laquelle son rôle est « d'expliquer, de faire comprendre aux lecteurs les conditions de travail des journalistes et leurs pratiques professionnelles²² ».

11.2.1 La dé-singularisation par des classes d'événements

Désigné médiateur du *Monde* en novembre 1998, T. Ferenczi va, dans l'appréciation des réclamations des lecteurs, procéder à une autre modalité de dé-singularisation des

²⁰ In : A. Laurens, « Dérives, dites-vous... », 25/06/1994.

²¹ In : A. Laurens, « Derrière les faits divers », *Le Monde*, 13/03/1995.

²² In : « Au 'Monde' Jean-Marie Colombani nomme l'équipe de direction de la rédaction », *Le Monde*, 23/03/1994.

pratiques professionnelles. Mais, d'une manière générale, les objets agencés seront distincts de ceux employés par A. Laurens. Cela sera en conformité avec l'aspiration « d'approfondir et d'élargir le rôle du médiateur », au moyen de la préparation d'un 'livre de style' « définissant précisément les règles rédactionnelles²³ » du journal. Bien qu'à la fin du 'mandat' de T. Ferenczi cet ouvrage ne soit pas encore publié, l'agencement des réclamations des lecteurs et les appréciations sur des pratiques professionnelles se situent dans le droit fil qu'était la disposition d'associer la fonction de médiateur à la définition de règles rédactionnelles. Il s'ensuit que, dans ses chroniques, il sera question d'acheminer les réclamations des lecteurs vers des classes de pratiques professionnelles, selon les métiers de la rédaction ou les rubriques du journal, tel que A. Laurens pouvait le faire, mais seulement au cours d'occasions plus éparées. Dans les chroniques du deuxième médiateur du *Monde*, il y aura moins d'exemples de situations dans lesquelles le médiateur remet les plaintes à des contraintes générales du champ journalistique. Sous cet angle, les chroniques de T. Ferenczi placent les appréciations sectorisées de la rédaction, bien distinctement de la position adoptée par A. Laurens, qui comprenait des appréciations extensibles à toutes les catégories de pratiques professionnelles.

Sa première chronique est consacrée à l'explication et à la justification, à partir des interrogations émergeant des événements, des précautions méthodologiques dans l'usage des archives historiques²⁴. Partant des discussions sur l'authenticité des archives des pays de l'Est qui venaient d'être ouvertes, dont certains documents désignaient un ancien ministre comme agent de l'Est, le médiateur donne des explications, en suivant les grandes lignes, des principes d'action des investigations journalistiques basées sur des archives historiques. Ainsi, dès lors que le flux événementiel apporte une vague de lettres sur un sujet, un thème dont les chroniques n'avaient pas encore traité, le médiateur parle à cet instant de certaines formalisations propres à ce type d'activité professionnelle ou à ce métier du journalisme et parce qu'il en fait une généralité, définit, décrit et explique ces normes et ces usages dans le champ journalistique, en général, et au *Monde*, en particulier.

A l'instar de cette première chronique qui disserte des précautions méthodologiques qu'il y a à prendre pour l'utilisation de certaines sources d'information, comme les archives dont on ignore la fiabilité, l'approfondissement de la fonction de médiateur comportera l'élargissement de l'éventail thématique et l'inclusion dans ses chroniques de thèmes comme

²³ In : « Thomas Ferenczi est nommé médiateur du 'Monde' », *Le Monde*, 07/11/1996

²⁴ In : T. Ferenczi, « Le journaliste et les archives », *Le Monde*, 11/11/1996.

la publication et la signature de pétitions par les journalistes du *Monde*²⁵, la vénalité de la presse (cadeaux, ménages, voyages)²⁶, le statut et la compétence professionnelle d'un métier du journal, comme le critique d'art et de spectacle²⁷. En l'occurrence, la thématique des chroniques n'est plus seulement associée au contenu du journal, dans un sens strict, mais aux pratiques sur lesquelles se sont appuyés certains comportements professionnels. Dans le tableau 3, nous avons isolé trois exemples d'agencement des critiques du lecteur pour les ranger en classes de pratiques professionnelles.

Tableau 3 – Dé-singularisation par classes de pratiques professionnelles

La critique du lecteur	L'agencement de l'appréciation du médiateur
1. « Ils reprochent au <i>Monde</i> [...] d'avoir soutenu cette campagne en reproduisant largement, 'sans émettre aucune réserve', ainsi que le souligne un lecteur de Mâcon, les appels à la désobéissance, au risque de concourir à l'affaiblissement des institutions »	« La grande majorité de ses rédacteurs a choisi de ne pas s'associer à l'appel lancé par les journalistes [...] se conformant ainsi à une règle non écrite selon laquelle les rédacteurs du <i>Monde</i> s'abstiennent de signer des pétitions. Cet usage [...] mérite une explication particulière ²⁸ »
2. « Au-delà du cas particulier de Jean Cavallès, l'observation de M. Bouveresse nous invite à la réflexion. Elle attire en effet notre attention sur un risque qui menace la profession en général et les journalistes du <i>Monde</i> en particulier »	« Ce risque est celui de l'accoutumance à l'erreur, à laquelle on ne saurait échapper, au motif que nul n'est parfait, que le journalisme n'est pas une science exacte et que le manque de temps empêche les vérifications approfondies. A ces mauvaises excuses s'ajoute l'idée que la publication d'un rectificatif, à laquelle <i>Le Monde</i> s'astreint consciencieusement, vaudrait <i>absolution</i> ²⁹ »
3. « <i>Le Monde</i> reçoit chaque semaine de nombreuses demandes de droit de réponse. Il rejette une partie d'entre elles et donne satisfaction à l'autre partie »	« Pour tenter de dissiper des malentendus, dont témoignent certaines lettres reçues par le médiateur, il n'est pas inutile de rappeler les règles de cette procédure ³⁰ »

Comme dans les exemples du tableau 3, l'explicitation par T. Ferenczi d'une règle de conduite professionnelle n'est pas nécessairement le résultat de réclamations particulières des lecteurs sur un sujet déterminé. Il s'agit surtout d'un agencement opéré pour satisfaire aux dispositions de la formalisation des règles professionnelles. Le médiateur se saisit soit de la mise en question d'un acte professionnel spécifique, comme la publication d'une pétition (exemple 1), soit de demandes du lecteur reçues pendant un intervalle de temps (exemple 3). Les réclamations des lecteurs vont alors déclencher un discours de justification des pratiques

²⁵ In : T. Ferenczi, « Le bon usage des pétitions », *Le Monde*, 24/02/1997.

²⁶ In : T. Ferenczi, « Liaisons dangereuses », *Le Monde*, 14/04/1997.

²⁷ In : T. Ferenczi, « Le critique et le directeur de théâtre », *Le Monde*, 18/11/1996.

²⁸ In : T. Ferenczi, « Le bon usage des pétitions », *Le Monde*, 24/02/1997.

²⁹ In : T. Ferenczi, « Refuser l'accoutumance à l'erreur », *Le Monde*, 03/03/1997.

³⁰ In : T. Ferenczi, « En vertu de la loi sur le droit de réponse », *Le Monde*, 21/04/1997.

professionnelles, par l'expression de règles générales, applicables à une catégorie de pratique professionnelle.

Dans une autre occasion, le médiateur rassemble les critiques de plusieurs lecteurs sur la place et le contenu de la publicité dans le journal. Trois situations sont clairement identifiées : le « décompte précis sur quatre numéros » de la place occupée par la publicité ; les « annonces en faveur des biotechnologies » ; et « récent supplément consacré aux montres et aux bijoux ». Au moment de son analyse, le médiateur mobilise des arguments qui extrapolent les situations dont il s'agit. Par exemple, en ce qui concerne la dernière réclamation, la justification du médiateur concerne le statut des annonceurs et l'importance de la publicité dans le journal : « Ce qui gêne certains de nos lecteurs, c'est que, d'une part, les produits présentés relèvent de l'industrie du luxe, ce qui ne correspond pas à l'image du *Monde* ; et que, d'autre part, les fabricants achètent les pages qui traitent de leur activité. Nous répondrons, sur le premier point, que l'industrie du luxe est une réalité économique qui mérite, comme les autres, l'attention des journalistes ; et, sur le second point, qu'un journal est vendu deux fois, une fois à ses lecteurs, une fois à ses annonceurs, mais que le choix des sujets traités doit relever exclusivement de la rédaction, ce qui est le cas au *Monde*³¹ ». Les règles qui en découlent ont été le résultat d'une mise en équivalence précédemment exécutée par le médiateur, au travers d'une stratégie de mise en relation d'activités professionnelles, dans le but de les dé-singulariser.

Quand bien même l'appréciation sectorisée des activités professionnelles des journalistiques du *Monde* occupe une partie importante des chroniques du deuxième médiateur du *Monde*, elle n'est pourtant pas l'unique modalité d'agencement des interventions des lecteurs et des pratiques professionnelles. De fait, le médiateur de presse ne peut pas se soustraire à l'analyse de critiques pour le traitement d'une information spécifique. Ainsi, à de certaines occasions, le médiateur procède à la singularisation des pratiques professionnelles, en choisissant de répondre à des questions précises, telles que la place accordée et le positionnement du journal à l'égard de la condamnation à la prison de deux chanteurs du groupe NTM³², qui tenaient de propos incitant à la violence contre les policiers, la place excessive consacrée au premier roman de M. Pinget³³, fille hors mariage du président F. Mitterrand, et la publication d'une série de reportages sur l'Algérie produits par

³¹ In : T. Ferenczi, « Arrogante publicité », *Le Monde*, 29/06/1998.

³² In : T. Ferenczi, « Les chanteurs, la police, la justice », *Le Monde*, 25/11/1996.

³³ In : T. Ferenczi, « Romancière et fille de... », *Le Monde*, 13/04/1998.

le philosophe et la figure médiatique qu'est B.-H. Lévy³⁴. De même que A. Laurens ramène ses explications des choix rédactionnels aux principes du champ journalistique, de même T. Ferenczi va tracer une mise en équivalence entre les situations professionnelles pour apprécier le traitement d'une information précise. Autrement dit, ces analyses sont à mi-chemin entre la dé-singularisation et la singularisation des pratiques professionnelles. De A. Laurens à T. Ferenczi, ce qui change, c'est le degré de dé-singularisation. Dans les chroniques du deuxième, les appréciations se fondent moins sur les contraintes du champ journalistique que sur la formalisation de la nouvelle formule du journal, qui organise un classement de la valeur de plusieurs genres d'information. La place accordée au livre de M. Pinget est ainsi justifiée par le « document interne [...] qui définit les choix éditoriaux du *Monde*³⁵ ».

11.2.2 La singularisation

En fait, l'appréciation des réclamations des lecteurs à travers la singularisation des activités professionnelles mises en cause apparaît dès le 'mandat' de A. Laurens. La première fois qu'il considère une réclamation sans la recadrer parmi d'autres pratiques professionnelles c'est la chronique « Privé de jeux », du 15/10/1994, dans laquelle il demande des excuses aux lecteurs qui n'ont été préalablement informé de l'absence de la rubrique de jeux dans une édition du journal. Dans une autre circonstance, tout en se prêtant à la contextualisation du sujet en question – la disparité fiscale entre les couples –, la chronique « L'éditorial gigogne », du 06/11/1995, apporte une appréciation sur le traitement de l'information à partir de ce qui était strictement publié dans une édition précise du journal. En réponse à un exemple de « formulations qui font bondir », le médiateur estime que « l'éditorial était, sans doute, trop elliptique et a couru le risque d'en dire trop ou trop peu : c'est la rançon d'un genre qui exige une formulation ramassée³⁶ ». Par la suite, le deuxième médiateur du *Monde* pouvait à l'occasion également singulariser le traitement de l'information et apprécier les critiques des lecteurs à travers l'analyse du texte en question, sans procéder à aucune mise en équivalence, comme dans les exemples mentionnés ci-dessus.

³⁴ In : T. Ferenczi, « Quand des intellectuels se font journalistes », *Le Monde*, 26/01/1998.

³⁵ In : T. Ferenczi, « Romanière et fille de... », *Le Monde*, 13/04/1998.

³⁶ In : A. Laurens, « L'éditorial gigogne », *Le Monde*, 06/11/1995.

A la fin 1998 et au début de 1999, R. Solé, le troisième médiateur du *Monde*, met davantage en place cet agencement des réclamations des lecteurs à l'égard du traitement d'un sujet ou d'un événement. Dans l'examen des copies mises en cause par les lecteurs, ce médiateur ne rapproche pas souvent la situation contestée à un ensemble de pratiques professionnelles ou une conception du journalisme ou à une classe de sujets ou d'événements. R. Solé se borne davantage à la justification et, le cas échéant, à la désapprobation, d'un unique choix rédactionnel. Au tableau 4, sont disposés les agencements des appréciations du traitement de l'événement pratiqués dans sa troisième et sa quatrième chroniques.

Tableau 4 – La singularisation des pratiques professionnelles

La critique du lecteur	L'agencement de l'appréciation du médiateur
« La publication du rapport Starr »	« Pourquoi ce cahier spécial ? [...] Pratiquement, <i>Le Monde</i> avait le choix entre trois attitudes : ne citer aucune phrase du rapport Starr, à la manière de <i>Ouest-France</i> , de <i>La Croix</i> et de <i>L'Humanité</i> ; en donner quelques extraits, comme l'ont fait divers journaux ; ou le publier ³⁷ »
« Ce deuxième éditorial, intitulé 'Une droite intégriste' a heurté plusieurs lecteurs. Il mérite qu'on y revienne »	« L'éditorial du 22 septembre donnait en effet l'impression désagréable de mélanger des sujets différents. Il semblait mettre tous les opposants au PACS dans le même panier et, en agitant le spectre de l'extrême droite, de ne laisser aucun espace à la discussion. Des lecteurs ont beau jeu de reprocher au <i>Monde</i> le ton de croisade qu'il dénonçait... ³⁸ »

En l'occurrence, cette disposition des réclamations des lecteurs et de l'appréciation des pratiques professionnelles tend davantage à placer le médiateur comme celui qui « veille au respect des règles que *Le Monde* s'est lui-même fixées. [...] Une sorte d'inspecteur des travaux finis, exerçant ce qu'on appellerait ailleurs un 'contrôle de qualité'³⁹ », et ne détonne pas par rapport à la définition de la médiation de presse donnée par R. Solé dans sa première chronique. Avec cette évolution chronologique des appréciations des médiateurs du *Monde*, on constate plusieurs modalités d'agencement des arguments. Les médiateurs peuvent ramener la critique du lecteur à la justification des principes fondateurs de la profession journalistique, ou aux « traits distinctifs » du *Monde* ; ils peuvent analyser une critique par rapport au traitement d'un thème, d'un sujet, d'une institution dans le temps ; on retrouve aussi le rassemblement des critiques selon une catégorie d'unité rédactionnelle, de méthode de

³⁷ In : R. Solé, « Le monstre de M. Starr », *Le Monde*, 21/09/1998.

³⁸ In : R. Solé, « Un éditorial simplificateur », *Le Monde*, 05/10/1998.

³⁹ In : R. Solé, « Au risque de déplaire », 07/09/1998.

travail ou de division des services dans le journal et encore l'analyse de la critique du lecteur par rapport à une information, une illustration ou une opinion contenus dans un article précis.

11.2.3 L'unitaire et le collectif

Les stratégies de dé-singularisation s'insèrent dans plusieurs dispositifs. Une modalité consiste dans la définition temporelle de l'examen et de l'analyse des actes professionnels des journalistes. A la réclamation du lecteur portant sur une unité rédactionnelle précise, sur le traitement d'un événement, le médiateur justifie les choix du *Monde* par la « conception que nous nous faisons de la presse écrite⁴⁰ ». La temporalité, l'instantanéité du reproche trouve sa justification dans une autre temporalité. Le médiateur du *Monde* tend à produire une rhétorique dont les pratiques professionnelles et leur résultat matériel – chaque édition du quotidien – sont détachés de l'immédiateté et les horizons temporels de la durée quotidienne. Un autre dispositif de la montée en généralité est la prise en compte d'une collection de lecteurs qui ont formulé des réclamations équivalentes. Le dispositif initial – reproduire dans une chronique l'intervention d'un seul lecteur – est rapidement délaissé par A. Laurens, et par la suite, il n'est guère utilisé par les autres médiateurs. On retrouve à de rares occasions des situations où l'appréciation des réclamations d'un seul lecteur, est utile par sa capacité d'exemplarité ou de représentation des critiques formulées par une collection de lecteurs, ou utile pour permettre la production d'une justification relative au document d'un « lecteur attentif et diligent » où est analysé par exemple la manière dont *Le Monde* a traité, depuis 1993, le processus de paix au Proche-Orient⁴¹.

Or, prises isolément, les modalités d'agencement des appréciations des médiateurs pouvaient corroborer la notion fonctionnelle du médiateur en tant qu'une « entité unipersonnelle » et flottante, où chaque titulaire impose une cadence et une thématique. Les différences entre chaque titulaire de la médiation d'un journal sont aussi bien des modalités d'agencement de tous les dispositifs dont le médiateur peut faire usage pour formuler ces appréciations que d'évolutions de la fonction selon l'état de l'espace journalistique et la position occupée par le média. D'ailleurs, chaque médiateur aurait pu construire autrement son discours d'explication, de justification ou de dénonciation des pratiques professionnelles,

⁴⁰ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

⁴¹ In : T. Ferenczi, « Israël et le droit de critique », *Le Monde*, 23/06/1997.

en mettant en scène d'autres d'objets, d'autres registres, et où d'autres ajustements d'action seraient possibles. En fait, la personnalité du titulaire de la fonction de médiateur ne peut transformer complètement les dispositifs présents dans les chroniques. Le parcours thématique de plusieurs titulaires montre davantage de similitudes que de dissemblances.

11.3 Typologie des pratiques professionnelles à apprécier

La mise en catégories thématiques des chroniques du médiateur demande la définition de ce qui sera distingué. On pourrait, par exemple classer le sujet traité, dont les catégories s'approcheraient des rubriques ou de sous-rubriques d'un journal – comme les affaires politico-judiciaires, la religion, l'éducation nationale, la tauromachie, le football, les faits-divers, etc. –, la pratique professionnelle. Le choix par type de sujets traités se révèle non pertinent. Dans les chroniques du médiateur du *Monde*, l'amplitude thématique n'est pas trop vaste, d'une part, et d'autre part, la thématique ne fige ni l'agencement des réclamations des lecteurs ni l'ordonnement des arguments du médiateur. D'une manière générale, chaque chronique ne traite que d'un sujet, mais cela n'équivaut pas toujours au même agencement des dispositifs et de l'argumentation. Un unique sujet peut être évalué selon une approche générale ou circonstancielle, limitée à l'analyse d'un article de presse particulier ou selon l'influence qu'il a sur plusieurs articles. La même thématique peut encore illustrer des explications sur les pratiques professionnelles concernant un type d'unité rédactionnel ou une méthode de travail. Nous nous servons de l'exemple du sujet 'affaires politico-judiciaires' pour clarifier ces propos. Ce sujet peut être agencé sous plusieurs formes. Le médiateur peut traiter de plusieurs modalités de pratiques professionnelles : dans un registre de justification des pratiques professionnelles, le médiateur peut engager la discussion sur les termes utilisés pour désigner les personnes ont été mises en examen ; dans un registre de dénonciation de l'intervention des autres acteurs sociaux dans la presse, il peut condamner le renforcement des dispositifs législatifs à l'égard de la presse⁴² ; dans un registre de mise en conformité du contenu du journal, la chronique peut recevoir un rectificatif pour une erreur commise par le

⁴² In : T. Ferenczi, « Tant qu'une condamnation n'a pas été prononcée... », *Le Monde*, 17/03/1997.

journal dans la couverture d'une affaire judiciaire⁴³ ; et dans un registre pédagogique, le médiateur informe les lecteurs sur l'arsenal législatif recouvrant la présomption d'innocence et expose les précautions méthodologiques prises par le journal dans la couverture des informations judiciaires⁴⁴. Au fond, dans cette typologie de pratiques professionnelles à apprécier, les chroniques ne constituent pas une unité d'enregistrement, parce qu'un seul texte accueille plusieurs classes de pratiques professionnelles. De plus, les réclamations des lecteurs reprises dans les chroniques des médiateurs ressortent prioritairement du traitement de l'information. Nous débuterons la typologie des pratiques professionnelles par une catégorie qui englobe le plus de chroniques et de sujets, et qui est présente dans les textes des trois médiateurs du *Monde*.

11.3.1 La hiérarchie de l'information

Il s'agit de la hiérarchie de l'information, mesurée par l'emplacement, la taille, la titraille et les illustrations. La première page du journal, la « vitrine du journal⁴⁵ » recueille la plus grande attention du médiateur. De même que le médiateur reprend les plaintes des lecteurs sur la hiérarchie de l'information, de même le médiateur la place comme une importante manifestation de la maîtrise de la compétence professionnelle. Dès les premières chroniques du médiateur, la justification du traitement de l'information se fait par la hiérarchisation des informations qui serait propre au journal : « Toutes les informations que déverse l'actualité ne sont pas à mettre sur le même plan. La première tâche des journalistes consiste à évaluer leur importance respective. La présentation qui en est faite dans le journal traduit cette hiérarchisation, dont les lecteurs peuvent avoir le sentiment qu'elle est tantôt évidente, tantôt artificielle, parfois biaisée, d'autres fois contestable⁴⁶ ». A. Laurens inscrit une définition de la hiérarchie de l'information : « la hiérarchie de l'information [...] suppose la présentation organisée des faits et des événements de l'actualité, et [...] s'exprime dans le choix des articles publiés, le ton des commentaires, la composition des pages et, notamment, de la première, l'importance graphique des titres⁴⁷ ».

⁴³ In : A. Laurens, « Il n'y avait pas lieu », *Le Monde*, 13/11/1995.

⁴⁴ In : T. Ferenczi, « La loi du soupçon », *Le Monde*, 02/03/1998.

⁴⁵ In : A. Laurens, « L'information décalée », *Le Monde*, 02/05/1995.

⁴⁶ In : A. Laurens, « Les quotidiens et la continuité », *Le Monde*, 23/04/1994.

⁴⁷ In : A. Laurens, « Du sensationnel à la une », *Le Monde*, 28/05/1994.

C'est d'ailleurs les pratiques professionnelles qui concernent la « présentation organisée » de l'information qui concentrent le plus grand nombre de critiques de lecteurs auxquelles répond le médiateur dans les chroniques. La plus volumineuse modalité d'agencement de la thématique des réclamations de lecteur provient de la « hiérarchie de l'information ». Dans ce cas de figure, nous rencontrons les thématiques concernant la place accordée à un événement et à un collaborateur extérieur, la place et de traitement d'une catégorie d'information, d'un sujet dans la durée, la contestation des prises de positions éditoriales du journal, la mise en cause de l'angle de l'éditorial, du titre simplificateur, de l'éditorial réducteur, des critères de sélection et de l'appréciation de faits divers, de l'interprétation des informations découlant d'une enquête sur le terrain, des choix rédactionnels – emplacement, taille, contenu et partialité – d'un type d'article, de la juxtaposition d'articles et de commentaires sur la même page. Cette catégorie de plaintes de lecteurs contient des dénonciations selon lesquelles *Le Monde* présenterait des « [dérives] du contenu et de la présentation⁴⁸ » et qu'il aurait « cédé au sensationnalisme et négligé les précautions élémentaires que requiert un sujet aussi sensible⁴⁹ ».

Les réclamations des lecteurs concernant l'excès dans le traitement de l'information est la plus fréquente subdivision de la hiérarchie de l'information. L'excès dans la visibilité de l'information, par le fait de figurer à la 'une' du journal. L'excès dans la dimension du (des) papier(s) qui traite(nt) de l'événement ou du thème – comme la Coupe du Monde de Football⁵⁰, la mort de la princesse de Galles⁵¹, l'entretien avec le chanteur J. Hallyday⁵², le livre de M. Pinget⁵³, le rapport Starr⁵⁴. Ainsi, les médiateurs du *Monde* vont rapporter dans leurs chroniques les plaintes des lecteurs sur l'excès d'importance attribué à des événements comme « ces deux titres de première page [...] parce que, selon nos contradicteurs, ils accorderaient trop d'importance à des événements peu significatifs⁵⁵ ». Un cas d'espèce est le positionnement du *Monde* à l'égard du Front National, parti d'extrême droite qui a été l'occasion de plusieurs chroniques du médiateur⁵⁶, dans lesquelles est principalement débattue

⁴⁸ In : A. Laurens, « Du sensationnel à la une », *Le Monde*, 28/05/1994.

⁴⁹ In : T. Ferenczi, « Découvertes médicales », *Le Monde*, 18/05/1998.

⁵⁰ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997 et « Allergies au football », *Le Monde*, 22/06/1998.

⁵¹ In : T. Ferenczi, « La mort d'une princesse », *Le Monde*, 08/09/1997.

⁵² In : T. Ferenczi, « Le chanteur, la drogue, la démagogie », *Le Monde*, 19/01/1998.

⁵³ In : T. Ferenczi, « Romancière et fille de... », *Le Monde*, 13/04/1998.

⁵⁴ In : R. Solé, « Le monstre de M. Starr », *Le Monde*, 21/09/1998.

⁵⁵ In : T. Ferenczi, « Des pétitionnaires à la 'une' ! », *Le Monde*, 13/10/1997.

⁵⁶ In : A. Laurens, « Dans les tréfonds des urnes alsaciennes », *Le Monde*, 22/05/1995 ; « La démocratie et ce qu'on en fait », *Le Monde*, 11/07/1995 ; « Droit de réponse et stratégie de rétorsion », *Le Monde*, 20/11/1995 ; T.

la meilleure manière de traiter le sujet, « entre la ‘sous-médiatisation’ et la ‘surmédiatisation’⁵⁷ ». L’excès de place accordée à un article, comme par exemple l’entretien du politologue D. Loch avec K. Kelkal⁵⁸ – jeune algérien accusé de participation dans un attentat terroriste et tué par la police pendant sa poursuite –, ou à un sujet, comme la tauromachie⁵⁹ ou un autre, comme les accessoires de luxe pour les chiens⁶⁰, qui devraient être écartés des pages du journal. Le bouleversement de la hiérarchie, la sensation, et le scandale sont des situations qui, selon les critiques, prouvent que le journal « ne respecterait plus sa légendaire et hautaine hiérarchie de l’information⁶¹ » et qui mettent « à mal la respectabilité d’une institution qui devient un journal (presque) comme un autre » (Champagne, 2000, p. 11). La hiérarchie de l’information, cette modalité d’agencement thématique des interventions des lecteurs la plus courante dans les chroniques du médiateur de *Monde* a des affinités avec les critiques relatives aux méthodes de travail journalistique qui se sont intensifiées à partir du début des années 1990, ainsi qu’une justification de la formule du *Monde* qui, dans les critiques des lecteurs et d’observateur du champ journalistique, s’avère un remaniement des critères des choix éditoriaux et rédactionnels du journal. En définitive, certains universitaires et plusieurs lecteurs articulent un discours de dénonciation sur la base d’une représentation sociale du quotidien, tandis que les médiateurs déploient un discours de justification fondé également sur la représentation sociale du quotidien, comme dans ces extraits de la chronique : « Dans cette maison, où l’on se prévaut volontiers des traditions⁶² ».

11.3.2 Rassemblement thématique diachronique

Une autre modalité de chronique est le rassemblement diachronique de critiques concernant une classe de sujet, de thème ou d’unité rédactionnelle. Le médiateur extrait des archives des lettres de plusieurs lecteurs qui étaient classées et rangées. Ce type de chronique

Ferenczi, « Manquements aux règles », *Le Monde*, 16/12/1996 ; « De la ‘diabolisation’ du Front national », *Le Monde*, 17/02/1997 ; « Sept semaines avec le Front national », *Le Monde*, 07/04/1997 ; « Alliances controversées », *Le Monde*, 30/03/1998 ; « Haine et démocratie », *Le Monde*, 06/04/1998 ; « Charles Million et l’extrême droite », *Le Monde*, 25/05/1998.

⁵⁷ In : T. Ferenczi, « De la ‘diabolisation’ du Front national », *Le Monde*, 17/02/1997.

⁵⁸ In : A. Laurens, « En toute conscience », *Le Monde*, 16/10/1995.

⁵⁹ In : T. Ferenczi, « La tauromachie, art ou barbarie », *Le Monde*, 05/05/1997.

⁶⁰ In : R. Solé, « Vies de chien », *Le Monde*, 07/12/1998.

⁶¹ In : A. Laurens, « Du sensationnel à la une », *Le Monde*, 28/05/1994.

⁶² In : A. Laurens, « S’il faut rectifier... », *Le Monde*, 21/05/1994.

se destine à éclaircir la totalité des lecteurs quant au traitement qui devrait être accordé à un sujet, quant au statut, aux principes, au poids qui devraient être attribués à un type d'article. Le rassemblement diachronique de réclamations des lecteurs est assez fréquent dans les chroniques sur la grammaire et aussi celles qui concernent les fautes orthographiques et de mauvais choix sémantique, de l'emploi d'anglicisme et de néologisme. Les appréciations sur le mauvais emploi de la langue, aussi bien que la syntaxe, la grammaire, l'emploi de vocables de langues étrangères, ont la propriété d'être un terrain d'entente. Ces fautes sont considérées inacceptables à la fois par les lecteurs et par le médiateur lui-même. Ainsi, le médiateur exprime son acquiescement à ce type de reproche : « L'ennui, c'est qu'ils ont raison plus souvent que nous le subodorions⁶³ » ; « Il est vrai que trop d'erreurs et de négligences parsèment encore nos phrases⁶⁴ » ; « Ces péchés-là peuvent paraître véniels. Ils ne le sont jamais, *Le Monde* ayant l'ambition d'être écrit en français⁶⁵ ».

Tableau 5 – Chroniques sur la langue

A. Laurens	« Le français tel qu'on l'écrit »	09/07/1994
	« L'intention et la formulation »,	04/12/1995
T. Ferenczi	« Le respect de l'orthographe »	06/01/1997
	« Madame la ministre... »	01/12/1997
	« Par négligence ou inattention »	15/12/1997
R. Solé	« Le sens des mots »	14/09/1998
	« En bonne forme »	02/11/1998
	« 'The World' »	14/12/1998
	« Une fabrique de mots »	18/01/1999
	« Monsieur le policier »	01/03/1999
	« A la diable »	31/05/1999

Dans la chronique « En bonne forme », du 02/11/1998, R. Solé cite quatre exemples de fautes d'orthographe et de style repérées par les lecteurs dans les éditions allant du 29/09 au 12/10 de la même année. L'analyse diachronique peut aussi traiter de l'explication des types d'unités rédactionnelles, des services dans le journal, des métiers du journalisme ou des catégories de pratiques professionnelles. Nous pouvons prendre comme illustration la caractérisation et la formalisation des choix rédactionnels des articles nécrologiques. A l'appui de plusieurs exemples de ce type d'article, le médiateur décrit le traitement de ces informations comme une équation entre l'importance de la personnalité, les contraintes

⁶³ In : A. Laurens, « Le français tel qu'on l'écrit », *Le Monde*, 09/07/1994.

⁶⁴ In : T. Ferenczi, « Le respect de l'orthographe », *Le Monde*, 06/01/1997.

⁶⁵ In : R. Solé, « En bonne forme », *Le Monde*, 02/11/1998.

techniques (heure du bouclage, place dans le journal), la disponibilité des archives et enfin la compétence d'un membre de la rédaction sur le sujet.

Tableau 6 – L'agencement de l'explication des unités rédactionnelles

L'étendue temporelle des interventions des lecteurs	L'explication des pratiques journalistiques
<p>« Il n'est pas rare que des lecteurs nous écrivent pour protester contre certaines des notices nécrologiques que publie quotidiennement <i>Le Monde</i>. [...] Des lecteurs nous ont, par exemple, reproché il y a quelque temps notre sévérité à l'égard de Marc Sautet, fondateur des cafés philosophiques; d'autres se sont émus de lire, au lendemain de la mort du psychanalyste René Diatkine, un point de vue critique; d'autres encore ont estimé déplacé le rappel des positions antisémites de Cioran dans la page consacrée au grand écrivain d'origine roumaine ».</p>	<p>Le choix de l'emplacement dépend de l'importance accordée à la personnalité disparue. [...] Les plus glorieuses, ou les plus médiatiques, bénéficieront de plusieurs pages comme la princesse de Galles ou François Mitterrand. Vient ensuite, dans la hiérarchie, l'ouverture d'une séquence [...]. D'autres facteurs, liés aux contraintes techniques, notamment aux délais de rédaction et de fabrication, peuvent toutefois intervenir. [...] La rédaction des 'nécros' est confiée, par priorité, aux journalistes et aux collaborateurs réguliers du <i>Monde</i>. Celles-ci sont parfois écrites à l'avance, mais ce n'est pas toujours le cas. Si, pour une raison ou pour une autre, aucun journaliste ou collaborateur régulier du <i>Monde</i> n'est en mesure de rédiger l'article, alors il est fait appel à un signataire extérieur, qui est souvent un proche du disparu⁶⁶ ».</p>

11.4 La sélection de lettres : critère de justification de la médiation

Nous avons signalé dans le chapitre 2 que, en prenant l'exemple de l'évolution d'une profession, selon l'usage anglo-saxon de ce terme, le succès d'un groupe professionnel repose sur, parmi d'autres facteurs, la capacité à se créer et maintenir une clientèle. A partir des travaux de E. Freidson (1984), nous avons remarqué que les médecins, en dépit d'une longue formation et du monopole professionnel, au sens juridique, ont dû faire les frais d'une argumentation pour obtenir la confiance du public et la légitimité de leur compétence professionnelle. En effet, dès les premières chroniques du médiateur du *Monde*, les titulaires de la fonction vont mettre en circulation une argumentation sur leur fonction qui devait susciter et entretenir le besoin de la médiation de presse. Nous allons donc décomposer le travail de conviction des médiateurs du *Monde* qui est constitué par la justification de son attribution à sélectionner les lettres des lecteurs qui seront publiées sous la rubrique du courrier. Dans les chroniques ayant cette thématique, le médiateur fait connaître les

⁶⁶ In : T. Ferenczi, « La mémoire des morts », *Le Monde*, 06/07/1998.

représentations du médiateur à son public cible. Nous ne nous intéressons pas à discerner à qui s'adressent les chroniques du médiateur⁶⁷, mais nous chercherons à considérer la manière dont le médiateur formule et met en circulation ce qui peut s'adresser au médiateur. En d'autres termes, nous parlons de l'argumentation et de la construction des publics du médiateur de presse, dont la fortune repose, parmi d'autres dispositifs, sur « leur faire savoir l'intérêt qu'il y a à utiliser la compétence offerte » (Trépos, 1992, p. 47).

Le médiateur du *Monde* se constitue en instance de réception, de traitement, de réponse et de publication du courrier des lecteurs du journal. La modélisation de la fonction met en jeu des tensions entre la publication et la réponse aux lettres. Pour justifier auprès des lecteurs le besoin de la fonction, le médiateur va mettre davantage en scène les garanties dont disposent chaque correspondant du titulaire de la fonction, comme par exemple l'engagement de répondre à toutes les lettres envoyées. Ainsi, le médiateur va certifier aux lecteurs que l'écriture de la lettre n'était pas en vain et que les « lettres non publiées ne passent pas à la corbeille, [...] et reçoivent une réponse après lecture⁶⁸ ». Les garanties se prolongent dans la manière de répondre à ses questions et dans l'engagement à ne pas laisser les lecteurs en attente. D'une part, si le flux de courrier demande la réponse personnalisée à chacun des correspondants alors se pose la question de « comment réagir de manière satisfaisante à tout ce courrier, à toutes ces propositions de textes, qui affluent par la poste, la télécopie ou Internet ? Un simple accusé de réception est parfois très mal pris⁶⁹ ». D'autre part, le médiateur associe cette réponse personnalisée à un temps d'attente en raison de l'enquête sur la plainte du lecteur : « Souvent, les éléments de réponse lui sont fournis par les services vers lesquels il se retourne, ce qui prend du temps. [...] Comme il privilégie, autant que faire se peut, la réponse personnalisée, il sollicite la patience de ses correspondants⁷⁰ ». Au demeurant, c'est à la description de l'attribution de sélection du courrier du lecteur que le médiateur donne le plus de place. Sa rhétorique va se déployer dans l'identification des strates de public qui devrait avoir recours à ses prestations et dans les démarches d'éclaircissement des critères de sélection du courrier du lecteur. Allant d'une phrase⁷¹ au sujet principal, la

⁶⁷ Sans aucune nuance, on peut dire qu'étant publiée, la chronique ne s'adresse évidemment qu'aux lecteurs du journal, mais à plusieurs catégories de lecteurs, comme les publics internes (les membres de la rédaction et à la direction du média) et les publics externes (le groupe professionnel, les acteurs de l'actualité, les sources d'information et au lectorat du journal).

⁶⁸ In : A. Laurens, « Le courrier de l'été », *Le Monde*, 11/09/1995.

⁶⁹ In : R. Solé, « Accusé de réception », *Le Monde*, 08/03/1999.

⁷⁰ In : A. Laurens, « Post-scriptum », *Le Monde*, 04/06/1994.

⁷¹ In : A. Laurens, « Les religions entre elles et la laïcité », *Le Monde*, 15/05/1995.

définition des critères de sélection des lettres et le statut des correspondants du médiateur sont présents dans dix-neuf chroniques, parmi 195 chroniques.

Tableau 7 – Les chroniques sur le courrier des lecteurs

Titulaire	Chronique	Date
A. Laurens	« Les limites du débat »	30/04/1994
	« Sur les causes du chômage »	07/05/1994
	« Post-scriptum »	04/06/1994
	« D'accord, pas d'accord ? »	16/07/1994
	« Corneille récidive »	05/11/1994
	« Controverse à retardement »	26/11/1994
	« Pour complément d'information »	03/12/1994
	« Le son de la différence »	24/12/1994
	« Distance et dialogue »	06/03/1995
	« La vie, la mort, la conscience, la loi »	24/04/1995
	« Les religions entre elles et la laïcité »	15/05/1995
	« Le courrier de l'été »	11/09/1995
	« Les suites du débat »	23/10/1995
	« L'intention et la formulation »	04/12/1995
	« L'écoute, en priorité »	24/06/1996
T. Ferenczi	« De l'agressivité et du respect mutuel »	03/02/1997
	« Réponse à un correspondant en colère »	20/04/1998
R. Solé	« Chers lecteurs »	19/10/1998
	« Accusé de réception »	08/03/1999

La distribution temporelle du thème du courrier du lecteur dans les chroniques du médiateur correspond à l'évolution de la fonction à travers l'évolution de la rhétorique de légitimation et de justification de la médiation de presse au *Monde*. En fait, à ses débuts, le médiateur dimensionne les lettres en tant que dialogue, en tant qu'« échange interactif avec ses lecteurs⁷² » et donne la preuve de l'intérêt des lettres comme dispositif de rencontre et de rapprochement entre les lecteurs et les journalistes du quotidien. Parmi les dix-neuf chroniques consacrées au courrier des lecteurs, celles parues pendant le mandat de A. Laurens sont largement majoritaires. Une large partie de ces dernières se concentre de l'introduction de la fonction à la mise en place de la nouvelle formule. Ce sont huit chroniques d'avril à décembre 1994. T. Ferenczi a fait deux chroniques sur le sujet, tandis que R. Solé a consacré, de septembre 1998 à juin 1999, deux chroniques au courrier des lecteurs.

L'irrégularité de parution des chroniques de A. Laurens en 1996 fait que le thème des textes se recentre sur les événements qui ont provoqué un large flux de courrier et freine la présentation des critères de sélection des lettres. T. Ferenczi impose davantage la médiation comme mécanisme d'explication et de justification des pratiques professionnelles et aborde le

⁷² In : A. Laurens, « L'intention et la formulation », *Le Monde*, 04/12/1995.

thème du courrier des lecteurs pour, et c'est la première fois, tenter de désamorcer les insultes envoyées au médiateur et demander du « respect mutuel⁷³ » et pour, à la deuxième fois, « répondre à un correspondant en colère⁷⁴ ». R. Solé préfère établir une radiographie du courrier du lecteur⁷⁵ – quantité, sujets traités, moyen de communication utilisé, distribution géographique des correspondants, etc. – et expliquer les règles de distribution de la correspondance selon leur contenu parmi les services du journal et les règles d'écriture pour la publication du courrier du lecteur⁷⁶ – taille, sujet, identification de l'auteur, etc.

11.4.1 La représentativité civique

En ce qui concerne les critères de sélection des lettres, la règle énoncée par le médiateur du *Monde* se fonde sur une conception positiviste de la presse et se rapporte essentiellement à la préoccupation majeure d'être une source de représentativité 'civique' par l'échantillonnage des classes d'opinions, ce qui fait qu'à la sélection du courrier du lecteur soit appliquée, dans la rhétorique du médiateur, les mêmes principes affectées au tri des textes qui sortent sous la rubrique de débats. Ainsi, selon A. Laurens, « les critères de participation varient suivant les cas et, du point de vue de la démocratie, celui de la représentativité entre naturellement en ligne de compte⁷⁷ ». Les réclamations des lecteurs sont soumises au principe de la 'représentativité' qui, dans la rhétorique professionnelle des journalistes, est « ancré dans l'univers politique, [et] régit, sinon l'écriture journalistique stricto sensu, du moins la sélection de ses objets » (Lavoine, 1995, p. 188).

Cet agencement argumentatif ne va pas sans provoquer des tensions ; de même qu'au suffrage universel, la représentativité civique suppose la représentation proportionnelle de toutes les classes d'opinion. Or, les médiateurs du *Monde* signalent que leurs correspondants ne composent pas un échantillon représentatif du lectorat, puisqu'il n'y a qu'une minorité qui se manifeste, ce qui ne correspond pas à la représentation proportionnelle des opinions des lecteurs vis-à-vis de la manière dont le quotidien traite l'information ou des réactions des lecteurs à l'actualité. En fait, le médiateur devra reconnaître que « le courrier n'est pas

⁷³ In : T. Ferenczi, « De l'agressivité et du respect mutuel », *Le Monde*, 03/02/1997.

⁷⁴ In : T. Ferenczi, « Réponse à un correspondant en colère », *Le Monde*, 20/04/1998.

⁷⁵ In : R. Solé, « Chers lecteurs », *Le Monde*, 19/10/1998

⁷⁶ In : R. Solé, « Accusé de réception », *Le Monde*, 08/03/1999

⁷⁷ In : A. Laurens, « Au risque de choquer », *Le Monde*, 07/01/1995.

forcément représentatif du lectorat : beaucoup d'abonnés et d'acheteurs du *Monde* n'ont jamais écrit à leur journal⁷⁸ » et que les réactions reçues envoyées par les lecteurs « n'émanent pas de l'ensemble du lectorat » (Solé, 1999a, p. 25).

Pour désamorcer l'inconsistance de ces arguments, le médiateur propose d'autres manières de prendre en considération les interventions des lecteurs publiées par le quotidien ; les pertes en représentativité statistique, donc civique, seront, dans la rhétorique des médiateurs, compensées autrement. Les positions, les critiques et les opinions des lecteurs qui prennent contact avec le médiateur sont alors « plus significatives que représentatives » (Solé, 1999a, p. 25) et constituent « un apport très précieux, fournissant des réactions, des rectificatifs, des compléments d'information, des témoignages ou des suggestions⁷⁹ ». Pourtant, la formule de compromis entre la représentativité et la signification du courrier du lecteur reste fragile, et, dans le même texte, le médiateur compose un autre agencement de la représentation des opinions des lecteurs et revient au principe de la représentativité. Celle-ci serait nécessaire au moins au moment de trier les lettres qui auront le droit d'accès à la parole dans les pages du journal : « Seule une toute petite partie des lettres reçues peut être publiée. Il faut choisir – et ce n'est pas facile – en veillant à la diversité des opinions⁸⁰ » et le critère de sélection de lettres significatives est la représentativité.

11.4.2 De la négativité

Quoique significatives, les lettres publiées par le médiateur sont majoritairement plus négatives que bienveillantes à l'égard du journal. Cette caractéristique vient corroborer la légitimation des pages du courrier du lecteur et, par conséquent, la fonction de médiateur. La négativité veut être signe de ce que le courrier du lecteur est un espace de parole aux lecteurs et veut asseoir les préceptes déontologiques du quotidien : « La plupart des lettres reçues sont très critiques à l'égard du *Monde*. [...] Il est normal que le courrier des lecteurs reflète cet état d'esprit en faisant surtout entendre la voix de personnes mécontentes. Un tel déséquilibre nous semble d'autant plus légitime que la page du médiateur entend offrir aux lecteurs du

⁷⁸ In : R. Solé, « Au risque de déplaire », *Le Monde*, 07/09/1998.

⁷⁹ In : R. Solé, *Ibid.*

⁸⁰ In : R. Solé, *Ibid.*

Monde un espace public de critique et de discussion⁸¹ » ou « l'autocélébration n'est pas le genre de la maison⁸² ». Le médiateur prévient que « le risque de cette pudeur est de donner du courrier une idée trop négative par rapport à ce qu'il est vraiment⁸³ ». De plus, le courrier du lecteur devrait répondre à la disposition du journal de ne pas se flatter, en publiant des lettres élogieuses. Ainsi, la négativité du courrier devrait faciliter le resserrement des liens avec les lecteurs et l'expression de son insatisfaction. La négativité du courrier du lecteur fait alors preuve de la volonté du journal d'écouter le lecteur : « Les extraits de courrier publiés ci-dessous ont pour objet d'illustrer cette démarche et de montrer que la contestation des critiques n'est pas rejetée comme nulle et non avenue⁸⁴ » ; « tente d'illustrer notre capacité d'écoute en avantageant, plus qu'on ne le croit, la contestation dont *Le Monde* est l'objet : c'est la règle du jeu, qui a pour effet d'écarter des avis plus positifs à notre égard. [...] On en trouvera, une fois n'est pas coutume, deux exemples ci-dessous, ne serait-ce que par souci d'équité à l'égard de ces correspondants et des artisans du journal⁸⁵ ».

11.4.3 L'équilibre du positionnement des lecteurs

Par ailleurs, la négativité du courrier reçu par le journal n'est pas aussi facile à assumer que le médiateur le souhaiterait et le revendique. A rebours du discours de légitimation du médiateur, la négativité des lettres des lecteurs est souvent contrebalancée par l'agencement d'autres interventions de lecteurs allant dans le sens inverse, « par souci d'équité à l'égard de ces correspondants et des artisans du journal » comme dans ces extraits qui apportent l'équilibre de positionnement de lecteurs, comme dans « il faut savoir que les événements de l'actualité qui nous attirent critiques et reproches nous valent aussi des marques d'approbation, des encouragements à poursuivre dans la même voie⁸⁶ » ; « Une partie de nos lecteurs approuvent ceux qui jugent excessive la place consacrée par *Le Monde* à l'événement. D'autres sont d'un avis contraire⁸⁷ » ; « La plupart de nos correspondants

⁸¹ In : T. Ferenczi, « Réponse à un correspondant en colère », *Le Monde*, 20/04/1998.

⁸² In : A. Laurens, « D'accord, pas d'accord ? », *Le Monde*, 16/07/1994.

⁸³ In : A. Laurens, *Ibid.*

⁸⁴ In : A. Laurens, « Critique des critiques », *Le Monde*, 05/06/1995.

⁸⁵ In : A. Laurens, « Réactions diverses », *Le Monde*, 02/10/1995.

⁸⁶ In : A. Laurens, « D'accord, pas d'accord ? », *Le Monde*, 16/07/1994.

⁸⁷ In : T. Ferenczi, « Proche et lointaine Algérie », *Le Monde*, 15/09/1997.

expriment leur approbation, quelques-uns d'entre eux leur hostilité⁸⁸ ». De même le recensement et la qualification des types de réactions engendrées chez les lecteurs par un événement permettent l'équilibre de positionnement des lecteurs. A l'occasion de la mort du président F. Mitterrand, par exemple, A. Laurens a classé les réactions des lecteurs au traitement de l'événement en tant que « sacralisation excessive du personnage, approche superficielle et réductrice de son rôle dans l'histoire contemporaine, commentaires jugés trop dithyrambiques par les uns, trop 'charognards' par les autres. [...] De reproches et de compliments⁸⁹ » au journal. S'il n'est pas possible d'apporter l'équilibre de positions le jour même de la publication de la chronique, il pourra être ajourné à une édition postérieure. Entre-temps, des lecteurs vont se prononcer et faire le contrepoint aux opinions exprimées et publiées par le médiateur. Ainsi, T. Ferenczi, par exemple, revient-il sur un sujet analysé récemment et mentionne les opinions sympathiques au traitement de l'information : « Plusieurs lecteurs ont répondu à notre chronique datée 21-22 décembre 1997, qui justifiait l'importance donnée par *Le Monde* à la prochaine Coupe du monde de football. Les uns, comme Hervé Leroy, d'Amiens, approuvent ce choix et regrettent 'le mépris persistant de certains vis-à-vis des activités dites populaires'. Les autres, comme Louis François-Poncet, de Paris, 'réprouvent cette vague footballistique qui crétinise encore plus les Français'⁹⁰ ».

11.5 Les évolutions de la chronique du médiateur

Dans les premières chroniques, le médiateur pouvaient hésiter entre les « reproches circonstanciels, [et les] procès globaux⁹¹ » ; le processus d'évolution des chroniques conduit à avantager les réclamations formulées par une collection de lecteurs. Leur thématique peut être le traitement d'un événement ou d'un sujet, la forme et le contenu d'une rubrique, d'un supplément ; mais aussi se limiter à une unité rédactionnelle – un dessin, un éditorial, un article venant d'un collaborateur extérieur, et se restreindre « parmi les sujets qui provoquent

⁸⁸ In : T. Ferenczi, « Quand des intellectuels se font journalistes », *Le Monde*, 26/01/1998.

⁸⁹ In : A. Laurens, « La mort et le débat public », *Le Monde*, 22/01/1996.

⁹⁰ In : T. Ferenczi, « La violence et les banlieues », *Le Monde*, 05/01/1998.

⁹¹ In : A. Laurens, « D'accord, pas d'accord ? », *Le Monde*, 16/07/1994.

l'incompréhension entre *Le Monde* et une partie de son public⁹² ». Le médiateur s'intéresse aux « contestations du contenu du journal⁹³ » et aux « lettres plus dérangeantes que d'autres » qui « mettent en cause la fonction du journal et, au-delà même, le journalisme⁹⁴ ». En fait, une modalité de réclamation provenant des lecteurs constamment reproduite par les médiateurs se rapporte à la durée et la taille des copies, ce qui s'accorde avec la définition de la compétence professionnelle des journalistes diffusée par le journal, c'est-à-dire que la compétence journalistique se fonde dans la sélection et la hiérarchisation de l'information.

En l'occurrence, les lecteurs mettent en cause la durée et le flux d'actualité proposée par *Le Monde*, qui sont constitutif de la profession journalistique, c'est-à-dire, choisir dans le maquis de l'actualité ce qui est pertinent. « Il [le journal] mérite, en outre, d'être examiné, bien qu'il découpe le temps en tranches, dans sa durée : ce peut être l'occasion de mieux apprécier l'opportunité des questions posées ou des jugements formulés à chaud, de constater que les torts n'étaient pas là où on les avait désignés et de découvrir qu'ils étaient ailleurs...⁹⁵ ». Par le fait d'être un dispositif de légitimation et de justification, voire de dénonciation des pratiques journalistiques, dans les chroniques du médiateur du *Monde*, l'accueil d'une même critique émanant de plusieurs lecteurs est favorisée, au détriment des demandes moins fréquentes.

Dans une autre situation, la dé-singularisation illustre remarquablement les formules d'investissement du médiateur de presse. L'admission d'une faute – avoir erronément cité une personne dans un article en lui imputant un acte – et la demande des excuses sont suivies d'une déclaration de valeurs et de principes qui guident le quotidien :

« Ces explications ne visent pas à atténuer la responsabilité du journal, qui est reconnue, assumée et analysée. *Le Monde* en tirera la leçon, sans renoncer à une acuité d'information et une volonté de dévoilement qu'il juge d'utilité publique, en sachant que l'exercice est périlleux, et voué aux gémonies à la moindre faute⁹⁶ ».

Par la suite, les chroniques du médiateur passeront à accueillir prioritairement les réclamations sur les événements, ou sur les rebondissements d'un sujet ou d'un thème qui

⁹² In : T. Ferenczi, « Israël et le droit de critique », *Le Monde*, 23/06/1997.

⁹³ In : A. Laurens, « Objections reçues », *Le Monde*, 23/01/1995.

⁹⁴ In : A. Laurens, « Une parole dans le désert », *Le Monde*, 06/02/1995.

⁹⁵ In : A. Laurens, « Au-delà des grilles », *Le Monde*, 09/10/1995.

⁹⁶ In : A. Laurens, « Il n'y avait pas lieu », *Le Monde*, 13/11/1995.

suscitent une augmentation importante du nombre de lettres, autrement dit de ces « deux grands thèmes [qui] continuent d'alimenter la réflexion de nos lecteurs⁹⁷ ». Certains types de chroniques ne sont guère exploités par R. Solé ; la mise à l'écart, dans les chroniques, de la présentation des lettres environnantes s'associe à la disparition des chroniques ne contenant que pratiquement des extraits ou des résumés de lettres des lecteurs. Ainsi, se font rares les chroniques où le médiateur cède de la place dans la chronique pour reproduire des interventions des lecteurs⁹⁸.

⁹⁷ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

⁹⁸ In : A. Laurens, « Ils ont débarqué », *Le Monde*, 02/07/1994, « La crise sociale, parlons-en », *Le Monde*, 08/01/1996 ; T. Ferenczi, « Témoignages pour mémoire », *Le Monde*, 08/12/1997.

12 Analyse comparative de la modélisation de la fonction d'*ombudsman* et de médiateur

Ce chapitre met en regard la fonction de médiateur au *Folha de S. Paulo* et au *Monde*. Pour le faire, notre méthodologie consistera à, dans un premier temps, comparer deux séries de chroniques – sept textes au total – des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* dont la thématique principale portait sur les deux événements ayant lieu en France et ayant été amplement rapportés par les médias d'information brésiliens et français. Nous allons examiner quatre chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* (tableaux 1 et 2) et trois chroniques des médiateurs du *Monde* (tableaux 3 et 4) concernant la mort de la princesse de Galles, Lady Diana, en septembre 1997, et la Coupe du Monde de Football, en juin et juillet 1998. Dans un deuxième temps, nous allons amplifier notre analyse comparative à d'autres aspects de la médiation de presse. Au cours de cette deuxième partie, qui était consacrée aux fonctions de médiateur de presse au *Monde* et au *Folha de S. Paulo*, l'analyse des postes de chacun de ces deux quotidiens était divisée en chapitres distincts, de sorte qu'aux chapitres 6, 7, 8, 9, 10 et 11, leurs caractérisations des postes et leurs rhétoriques professionnelles ont été isolément abordées. Au présent chapitre, la comparaison analytique sera vouée à la modélisation de la fonction qui en ressort des chroniques des titulaires et des dispositifs statutaires de la fonction. Nous allons initialement disposer en regard les propriétés des postes de médiateur de presse examinés. Par la suite, il sera question d'en tirer les conséquences sur la modélisation de la médiation au *Folha de S. Paulo* et au *Monde*.

12.1 Comparaison de l'appréciation de deux événements

L'objectif principal est de construire un cadre permettant d'établir la dynamique de la modélisation de cette fonction dans les deux quotidiens à l'égard de l'agencement des réclamations des lecteurs et de l'appréciation des pratiques journalistiques. Faute d'avoir la même dimension et importance dans les espaces sociaux et journalistiques brésiliens et français, les deux événements ont le mérite d'avoir été repris par les médiateurs des deux journaux. Ces événements nous intéressent moins que la manière dont les titulaires de la médiation vont articuler certains dispositifs à partir desquels nous nous orienterons vers la modélisation de leur fonction.

Tableau 2 – Chronique de l'ombudsman sur la mort de la princesse de Galles

<i>Ombudsman</i>	<i>Chronique</i>	<i>Date</i>
M. V. Santos	« Em nome do público »	07/09/1997

Tableau 3 - Chronique de l'ombudsman sur la Coupe du monde de football

<i>Ombudsman</i>	<i>Chronique</i>	<i>Date</i>
R. Lo Prete	« A aposta da Folha na Copa »	21/06/1998
R. Lo Prete	« Futebol e dissonância »	12/07/1998
R. Lo Prete	« Fim de festa »	19/07/1998

Tableau 4 – Chronique du médiateur sur la mort de la princesse de Galles

<i>Médiateur</i>	<i>Chronique</i>	<i>Date</i>
T. Ferenczi	« La mort d'une princesse »,	08/09/1997

Tableau 5 – Chronique du médiateur sur la Coupe du monde de football

<i>Médiateur</i>	<i>Chronique</i>	<i>Date</i>
T. Ferenczi	« La passion du football »	22/12/1997
T. Ferenczi	« Allergies au football »	22/06/1998

Comme dans les chapitres précédents, il nous intéresse d'examiner la corrélation de trois aspects de ces chroniques : 1. Les modalités d'insertion des communications des lecteurs ; 2. L'agencement des réclamations des lecteurs ; et 3. L'agencement des appréciations des médiateurs concernant les pratiques professionnelles des journalistes. Notre regard se portera maintenant sur la manière dont les titulaires de ces fonctions ont agencé les réclamations des lecteurs avec les appréciations du traitement de l'information. En sériant ces aspects de la fonction de médiateur de presse, nous pourrons mettre en évidence les caractéristiques distinctives de ces deux postes.

En ce qui concerne les chroniques les médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* sur la mort de la princesse de Galles, il nous importe de dégager les modalités d'insertion de ces

questions, d'examiner lequel angle d'approche a été repris et la manière dont les titulaires de la fonction articulent la compétence professionnelle des journalistes face une épreuve dans laquelle le discours de dénonciation est bien acéré. Mais aussi, de comprendre les enjeux de modélisation du médiateur de presse qui peuvent être dégagés de l'agencement des appréciations du traitement de l'actualité et de l'insertion des communications des lecteurs mis en place par le médiateur du *Monde* et de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*.

12.1.1 La tragédie d'une princesse : suspicion jetée sur la profession journalistique

Mariée en 1981 au prince Charles, l'héritier de la couronne anglaise, dans une cérémonie diffusée par les chaînes de télévision de plusieurs pays, et divorcée en 1996, mère des princes William et Harry, Diana Frances Spencer, princesse de Galles, a indubitablement été ce que P. Marion (1995) qualifie de « personnage médiatique¹ ». L'objectif des photographes a été souvent braqué sur elle, aussi bien dans les cérémonies publiques que dans son intimité. Les photographies et les reportages sur sa vie affective et ses états psychologiques font la Une des quotidiens populaires britanniques et ont couru le monde. Elle a aussi volontiers accordé des entretiens pour se justifier dans les crises conjugales et pour promouvoir des causes humanitaires, comme l'interdiction des mines antipersonnelles. Les circonstances de l'accident automobile – survenu dans la nuit du 30 au 31 août 1997 à Paris, qui a causé la mort de la princesse, de Emad Al Fayed et de leur chauffeur Henri Paul et qui a grièvement blessé le garde du corps Trevor Rees-Jones – ont déclenché des dénonciations de dérapages déontologiques et de discussions autoréférentielles. Dans une voiture Mercedes-Benz, les quatre ont laissé l'Hôtel Ritz, ont parcouru les rues de Paris à haute vitesse pour échapper à un groupe de photographes à motocyclette à la recherche d'images du couple formé par l'ancienne épouse du prince Charles, et par Emad Al Fayed, producteur de cinéma égyptien et fils d'un homme d'affaires. Leur course s'est arrêtée lorsque la voiture a heurté un pilier du tunnel du pont d'Alma.

Parallèlement à la couverture de l'accident et des funérailles de la princesse, cet événement a provoqué de vives discussions et des mises en cause des médias, dont les thèmes concernaient principalement la responsabilité des paparazzi, en particulier, des médias, en général, dans la traque

¹ Médiatique désigne « ce qui offre la possibilité de combiner exposition individuelle du message et conscience simultanée d'une intégration dans la multitude », alors que « sous le couvert d'un passage au 'médiatique', une personne se transforme en personnage » (Marion, 1995, pp. 18–19).

mortelle à la princesse, les critères de sélection de l'information, l'atteinte à la vie privée, le rapport ambigu entre certaines célébrités et la presse, l'information spectacle et le rôle des médias dans la dépolitisation de la société. Engagés dans ces discussions, les deux quotidiens ont fait place à des articles et des chroniques, signés par des journalistes de leurs rédactions et des collaborateurs extérieurs, réguliers ou non, dans lesquels sont commentés et discutés, par exemple, les pratiques professionnelles des journalistes, les circonstances de l'accident, la position de la royauté britannique, les dérives déontologiques des médias d'information, l'amalgame entre les genres de la presse écrite, notamment entre celle dite 'sérieuse' et celle dite 'populaire'.

Ces discussions ont aussi mobilisé les observateurs du champ médiatique, qui, à l'instar de P. Bourdieu, ont pu percevoir dans cet événement un excellent exemple de l'actuel fonctionnement des médias – surtout de la télévision –, caractérisé par la dépolitisation et par la soumission aux contraintes commerciales. La mort de Lady Di se situe alors dans « la série des spectacles qui font l'enchantement de la petite bourgeoisie d'Angleterre et d'ailleurs, grandes comédies musicales du type *Evita* ou *Jésus Christ superstar*, nés du mariage du mélodrame et des effets spéciaux de haute technologie, feuilletons télévisés larmoyants, films sentimentaux, romans de gare à grand tirage, musique pop un peu facile, divertissements dits familiaux, bref tous ces produits de l'industrie culturelle que déversent à longueur de journée des télévisions et des radios conformistes et cyniques et qui réunissent le moralisme larmoyant des Eglises et le conservatisme esthétique du divertissement bourgeois » (Bourdieu, 1998, pp. 90 – 91). Analysons maintenant les chroniques des médiateurs de presse sur cet événement en commençant par l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Ensuite, nous allons examiner celle du médiateur du *Monde*.

12.1.1.1 L'accident vu du Brésil : l'ombudsman et l'évaluation de la culpabilité

Au *Folha de S. Paulo*, la chronique de l'*ombudsman* M. V. Santos, de titre « Em nome do público » (« Au nom du public »), du 07/09/1997, cherche à présenter et à analyser les articles d'opinion sur la mort de Lady Di publiés par le *Folha* et par d'autres journaux, pendant la semaine écoulée. La plupart de ces articles d'opinion concernaient la culpabilité de l'accident automobile du pont d'Alma et leurs thématiques portaient aussi bien sur les raisons de la poursuite dans les rues de Paris par les paparazzi que sur les circonstances de l'accident automobile. L'*ombudsman* débute son papier par les discussions sur l'attribution de la culpabilité de l'accident, et puis s'oriente vers la manière dont devraient être orchestrés et tenus en compte les faits et l'avancement de l'enquête policière. Ainsi, à partir de ce qu'il a lu dans quelques quotidiens, M. V. Santos tire ses propres

conclusions sur la culpabilité. Il est question de trancher sur l'implication des photographes dans l'accident automobile et l'ombudsman s'impose la tâche de répondre à la question qui a concentré l'attention des journalistes. Pourtant, selon lui, les preuves jusque là accumulées ne permettent pas une réponse concluante : « En dépit de toute la hâte existante ces derniers jours, il est encore trop tôt pour affirmer que les reporters-photographiques qui auraient poursuivi la Mercedes dans les rues de Paris sont coupables ou innocents de l'épisode qui s'est terminé par la mort de la princesse Diana² ».

Par la suite, il reste dans un registre judiciaire en citant la liste de ceux qui ont été présentés par la presse comme les supposés responsables de l'accident. Dans un premier temps, il aligne les précautions méthodologiques pour réaliser l'enquête – policière ou journalistique ? : l'imputation de la culpabilité demande une « rigoureuse investigation des circonstances³ » qui est indépendante de « nos sympathies et nos craintes personnelles⁴ » et « extrapole la défense du droit à informer sans limites ou l'opposition au sensationnalisme des médias⁵ ». Puis, il procède à l'inventaire des informations manquantes et incomplètes qui permettraient l'élucidation de l'affaire et énumère ce qu'« il importe de savoir avec exactitude⁶ » et ce qu'« on sait déjà⁷ ». Il prolonge ce raisonnement par des expressions de tempérance et de conciliation, susceptibles de susciter l'adhésion et l'approbation de chaque lecteur : « Tous sont innocents – y compris la presse à scandale – jusqu'à la décision judiciaire contraire. La dure investigation ne peut disparaître après le 'show' des funérailles de la princesse⁸ ». Dans ce choix sémantique de l'ombudsman du *Folha de S. Paulo*, on distingue l'investissement dans le judiciaire, prononcé par la nécessité de rendre compte de la vérité. Par ailleurs, l'un des critères d'appréciation du traitement de l'information utilisé par l'ombudsman est le fait que les articles de presse ont des réponses concluantes pour clôturer les événements et mettre en lumière la vérité.

Ce discours judiciaire va servir de base à la deuxième étape de son argumentation. M. V. Santos appuie son raisonnement sur la dénonciation de l'imputation de la responsabilité, qui

² « Apesar de todo o afobamento existente nos últimos dias, ainda é muito cedo para afirmar que os repórteres-fotográficos que teriam perseguido o mercedes pelas ruas de Paris são culpados ou inocentes no episódio que resultou na morte da princesa Diana ». In : M. V. Santos, « Em nome do público », *Folha de S. Paulo*, 07/09/1997.

³ « Rigorosa apuração das circunstâncias ». In : M. V. Santos, *Ibid*

⁴ « Nossas simpatias e temores pessoais ». In : M. V. Santos, *Ibid*

⁵ « Extrapola a defesa do direito a informar sem limites ou a oposição ao sensacionalismo da mídia ». In : M. V. Santos, *Ibid*

⁶ « Importa saber com exatidão ». In : M. V. Santos, *Ibid*

⁷ « Já se sabe ». In : M. V. Santos, *Ibid*

⁸ « Todos são inocentes – inclusive jornalistas da imprensa sensacionalista – até decisão judicial em contrário. A dura investigação não pode desaparecer após o 'show' do enterro da princesa ». In : M. V. Santos, *Ibid*

cacherais un sujet « autant ou plus important⁹ » ; il s'agirait de « la polémique sur les responsabilités et les vices de chaque véhicule de communication¹⁰ ». Cette assertion n'entraîne pas la différenciation des responsabilités et des vices individuels des médias d'information, mais elle donne lieu au balisage de types de presse ; à la position défensive adoptée par la majorité de la presse brésilienne, il vaudrait mieux, affirme l'*ombudsman*, que les journaux de qualité « [utilisent] le fait pour marquer explicitement leur différence de méthode à l'égard de la presse à scandale¹¹ ». Cette position défensive a été exprimée par le « choix (précipité) des coupables¹² », dont la liste, retirée de plusieurs médias, incluait « le chauffeur ivre ; [...] le public ; [...] les célébrités ; [...] tous¹³ ». En d'autres mots, au lieu d'énumérer les dérapages de chaque média, l'*ombudsman* préfère identifier des genres de médias.

Cette distinction de genres de médias organise ses arguments de lamentation de la « dilution des limites entre la presse de qualité et celle à scandale¹⁴ », dont les indices sont « la pénétration chaque fois plus grande dans la vie intime¹⁵ » des célébrités. Il se montre contraire aux stratégies de légitimation de l'invasion de l'intimité des personnages publics selon lesquelles l'atteinte de la vie privée serait « étrangère aux intentions des médias de qualité, qui se voient obligés d'assouvir ces bas instincts – venus de l'extérieur des rédactions – d'une manière passive, impotente et contrariée¹⁶ ». Il ne partage pas ce raisonnement et juge « incorrect de défendre les 'médias' comme un tout, aussi bien que de supposer qu'il n'existe pas de différenciations¹⁷ » et que « le public n'est pas non plus un être unique¹⁸ ». Dans ce texte de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, la typologie des médias se fait par les critères des choix rédactionnels, qui seraient révélateurs de leur excellence professionnelle. M. V. Santos en dénombre trois types : ceux qui sont « les plus rigoureux », ceux qui « ne font que les concessions ponctuelles » et ceux qui « adhèrent dangereusement aux ragots ». Le *Folha*, de même que les autres journaux brésiliens de « qualité », qui reproduisent

⁹ « Tão ou mais importante ». In : M. V. Santos, « Em nome do público », *Folha de S. Paulo*, 07/09/1997.

¹⁰ « A polêmica sobre as responsabilidades e os vícios de cada veículo de comunicação ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹¹ « Usar o fato para marcar explicitamente sua diferença com os métodos da imprensa sensacionalista ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹² « (Precipitada) escolha dos culpados ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹³ « O chofer bêbado [...] ; o público [...] ; as celebridades [...] ; todos ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹⁴ « A diluição dos limites entre imprensa de qualidade e a sensacionalista ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹⁵ « A penetração cada vez maior na vida íntima ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹⁶ « Alheia às intenções da mídia de qualidade, que se vê obrigada a saciar esses baixos instintos – vindos de fora das redações – de maneira passiva, impotente e contrariada ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹⁷ « Errado de sair em defesa da 'mídia' como um todo, bem como supor que não existam diferenciações ». In : M. V. Santos, *Ibid*

¹⁸ « O público também não ». In : M. V. Santos, *Ibid*

occasionnellement les matériels textuels et photographiques produits par les « tabloïds¹⁹ » sont parmi les « journaux de qualité », « les plus respectables véhicules de la presse mondiale », et d'un autre côté, on retrouve les « tabloïds », les « journaux à scandale », des « magazines de ragots », les « revues 'légères' des télévisions ». L'*ombudsman* se montre moins défavorable à la sanction du marché qu'au discours d'homogénéisation de la presse et du public. Ce qu'il fait, c'est réaffirmer la distinction de presse de qualité et presse à scandale mais sans répudier, sans pousser à bout la condamnation du discours de l'emprise du marché dans les choix rédactionnels du *Folha*. Tout en critiquant le discours de justification de publication de potins et d'indiscrétions de la vie privée, M. V. Santos reste interloqué face à la réussite commerciale de la presse à scandale – « comment comprendre un scénario où est évident le succès commercial de journaux à scandale ?²⁰ » – et aux difficultés économiques des journaux de qualité. Ses interrogations font état d'une incertitude quant à la demande du public, signalée par le tirage, en tant que critère d'approbation et de légitimation d'un périodique. Acheter un périodique à potins, signifierait l'acquiescement de sa ligne éditoriale. En affirmant que « d'une certaine manière, les journaux choisissent et sont choisis par leur public²¹ », l'*ombudsman* fait coïncider son raisonnement avec la conception de 'mandat du lecteur' exprimée dans le *Projeto Folha*.

Au demeurant, la chronique de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* sur la mort de la princesse de Galles a une thématique partagée en deux axes : la recherche du coupable de l'accident automobile et la distinction de la presse de qualité et de la presse à scandale. Par la manière dont l'*ombudsman* a agencé et répertorié les thèmes, nous pouvons dégager certains aspects de la modélisation de la fonction d'*ombudsman* au *Folha de S. Paulo*. De fait, ce type d'analyse se fonde sur la montée en généralité des genres de la presse. Son discours de désapprobation de la « dilution des limites entre la presse de qualité et celle à scandale » se maintient dans des déclarations moralisantes. Par cette stratégie discursive, on discerne un ton mitigé et des critiques qui ne sont directement applicables qu'à des personnes morales, à des catégories de l'espace journalistique ou à des acteurs collectifs – la presse, les médias, la presse de qualité et la presse à scandale. Au fond, pour l'*ombudsman*, ce qui cause problème est l'attitude défensive de la presse de qualité qui accepte d'accueillir dans ces pages le matériel produit pour et par les publications à sensation. L'importance

¹⁹ Le terme tabloïd désigne un « format compact de journal (29 X 37 cm) qui est celui de la presse populaire britannique (*Sun*). Désigne au Royaume-Uni la presse populaire par opposition aux journaux 'de qualité' de grand format (*broadsheets*). A donné le terme péjoratif *tabloidisation* qui connote la quête de l'émotionnel et du sensationnel » (Neveu, 2001, p. 8).

²⁰ « Como entender um cenário em que é evidente o sucesso comercial de jornais de escândalo ». In : M. V. Santos, « Em nome do público », *Folha de S. Paulo*, 07/09/1997.

²¹ « Os jornais de uma certa maneira escolhem e são escolhidos pelo seu público ». In : M. V. Santos, *Ibid*

et la place accordée à l'accident et aux discussions sur l'avenir de la famille royale britannique n'intègrent pas ses appréciations. D'une manière schématique, nous pouvons spécifier la thématique, les modalités des pratiques professionnelles et les critères d'appréciation utilisés par les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* dans leurs chroniques : comme dans le texte intitulé « En nome do público » sur le traitement de l'information à propos de la princesse de Galles, les chroniques ont normalement comme sujet le traitement journalistique attribué à l'événement principal de la semaine ; les analyses de l'*ombudsman* sont centrées sur les faiblesses de la couverture de la presse, et concernent notamment les manques et les questions auxquelles la presse n'a pas encore répondu jusqu'à l'heure. En plus, l'*ombudsman* cherche à identifier un angle que la presse n'a pas encore exploité, et montre la meilleure manière d'approfondir un aspect peu ou prou cerné par la presse. En tant qu'analyste de la presse, l'*ombudsman* s'occupe de détecter les tendances conjoncturelles des médias et d'analyser les changements. Le terrain d'analyse des titulaires de la fonction ne se restreint pas au quotidien auquel ils sont attachés ; l'examen du traitement de l'information ne prend pas de la valeur que lorsque le *Folha de S. Paulo* est comparé à d'autres médias d'information.

12.1.1.1.1 L'absence du lecteur

Passons maintenant à la place attribuée aux réclamations et aux appréciations des lecteurs dans les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Dans cette chronique intitulée « Em nome do público » (« Au nom du public ») et fondée sur l'examen de la couverture de l'événement et des discussions menées par divers titres de presse écrite, l'*ombudsman* procède au jugement du traitement des événements et des discussions sur la mort de Lady Di sans apporter d'appréciation ou de réclamation des lecteurs, c'est-à-dire que l'on ne peut reconnaître la reproduction de la voix d'aucun lecteur du journal. A l'instar d'autres chroniques et de la rhétorique légitimatrice de la fonction d'*ombudsman* dans ce quotidien qui réalise la césure entre les attributions de recevoir et traiter les réclamations des lecteurs et de rédiger une chronique hebdomadaire d'analyse des pratiques journalistiques, cette absence du lecteur serait compensée par l'accomplissement de la critique du traitement de l'information.

Dans ce cas de figure, sa dénonciation des choix rédactionnels légitimés par la satisfaction des désirs et des demandes du public va à l'encontre de la modélisation de la fonction d'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Autrement dit, l'*ombudsman* fait une chronique « au nom du public » dans laquelle il dénonce certaines pratiques professionnelles et analyse les mutations de l'espace journalistique vers la spectacularisation et l'intromission dans la vie privée des personnalités et n'inclut pas les réclamations des lecteurs. Par son titre, l'*ombudsman* s'attaque à une orientation des

analyses de l'événement, centrée sur la culpabilité de l'accident, dont les arguments relèvent que les coupables sont les célébrités elles-mêmes qui alimentent et bénéficient du dévoilement de leur vie privée. Pour M. V. Santos, cet argument « indique le degré de brutalité avec lequel nous les journalistes prenons des décisions, 'au nom du public'²² ». Pourtant, il produit également une chronique où, quoique avec d'autres termes et d'autres sujets, il agit au nom du public. Au total, la fonction de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* repose sur la représentation du lecteur, sans nécessairement être le porte-parole de la voix du lecteur.

12.1.1.2 L'accident vu de France : le médiateur et l'importance de l'événement

Dans la chronique « La mort d'une princesse », de l'édition datée du 08/09/1997, le deuxième médiateur du *Monde* T. Ferenczi développe une thématique retirée des réclamations de lecteurs. Ces derniers ont mis en cause un acte professionnel circonstanciel – la place excessive accordée à l'accident du pont d'Alma dans l'édition du 02/09/1997, le lendemain de l'événement. Les plaignants inscrivent la place accordée à l'événement dans un changement de l'orientation du journal, qui aurait bouleversé la hiérarchie de l'information du *Monde* depuis 1995. Le médiateur répond aux interrogations des lecteurs quant à l'atteinte à la vie privée pratiquée par les paparazzi qui poursuivaient la voiture dans laquelle était la princesse de Galles. Les appréciations de T. Ferenczi tiennent en compte la justification de la portée de l'événement et la légitimation de la ligne éditoriale du journal. Dans sa justification du traitement de l'événement, il disqualifie les reproches des lecteurs en redimensionnant les situations mises en cause.

Le choc de la voiture contre les murs de la voie sur berge parisienne qui a fatalement blessé lady Diana Spencer, avoue le médiateur, est un fait divers, comme les lecteurs l'avaient opportunément qualifié. Toutefois, pour T. Ferenczi, il s'agit d'un fait divers qui a suffisamment de signification pour figurer à la Une du journal et dans les pages internes du quotidien. Ainsi, le médiateur affirme que les « significations sont telles qu'elles justifient [...] la couverture dont il a été l'objet²³ ». Ces « significations » veulent dire que l'événement peut être classé parmi les « 'faits de société' [...] révélateurs de notre temps » et disposant de « valeur de symptôme » pour comprendre les changements sociétaux. C'est encore un événement, ajoute le médiateur, qui a des implications sur « l'avenir de la monarchie britannique, [...] le fonctionnement des médias, et la

²² « Indica o grau de brutalidade com que nós jornalistas tomamos as decisões, 'em nome do público' ». In : M. V. Santos, « Em nome do público », *Folha de S. Paulo*, 07/09/1997.

²³ In : T. Ferenczi, « La mort d'une princesse », *Le Monde*, 08/09/1997.

protection de la vie privée », sujets auxquels le journal « s'est toujours intéressé » et auxquels il ne porte donc pas une attention toute récente. En incluant cet événement dans le répertoire de sujets dignes de figurer dans le journal, le médiateur minimise les plaintes des lecteurs. Du reste, ce que les lecteurs désignent comme un « renversement des valeurs » et une « trahison de [l']éthique » du journal, le médiateur le replace comme un « changement », une « évolution », un « élargissement de notre curiosité ».

Pour contester la critique des lecteurs arguant que ce jour-là il y a eu des massacres en Algérie auxquels il fallait « donner la priorité », T. Ferenczi a recours non pas à des principes déontologiques, mais, comme dans la situation précédente, à la disqualification de la critique par une autre qualification des circonstances, cette fois-ci ancrée dans la temporalité. Il renvoie les lecteurs à la collection du journal, et cite d'autres numéros du journal dans lesquels les événements d'Algérie ont été, « depuis cinq ans », mis en valeur. Ainsi, la disqualification des appréciations du lecteur se fait par l'inscription du journal dans une collection, où chaque numéro prend sa signification par rapport aux autres. Au temps court du lecteur – « ce jour-là » –, le médiateur oppose un temps long – « depuis cinq ans » –, qui compense la maigre couverture accordée à un sujet spécifique dans une édition particulière.

C'est dans le dernier paragraphe que le médiateur du *Monde* se consacre aux pratiques professionnelles des reporters-photographes, l'un des thèmes qui ont orienté la chronique de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Mais, dans son analyse de la « la question des paparazzi », le médiateur du *Monde* se positionne pour « le respect de la vie privée » et condamne l'atteinte à l'intimité des personnalités. Cette fois-ci, T. Ferenczi s'ancre dans un registre déontologique, qui détermine une pratique professionnelle idéale et définit des droits et des devoirs. Pourtant, sa position est celle de quelqu'un qui évalue une pratique professionnelle condamnable, et qui est, en plus, pratiquée par des membres du groupe professionnel qui n'ont pas les mêmes comportements et choix professionnels que ceux du *Monde*. Autrement dit, le discours déontologique est dirigé vers des journalistes qui n'appartiennent pas à la rédaction de ce quotidien ; le médiateur est en train d'apprécier des actes professionnels qui, selon lui, ne concernent pas *Le Monde*, mais d'autres acteurs de l'espace médiatique. Dans une argumentation péremptoire, il condamne les activités professionnelles qui atteignent la vie privée de personnages publics. Indépendamment des objets et des êtres agencés, du caractère et des actions d'une célébrité, les intérêts économiques de la presse ne justifient pas selon le médiateur, cet acte professionnel : « il nous semble indispensable de rappeler que le respect de la vie privée fixe des limites infranchissables à l'investigation journalistique. Certes, il n'est pas toujours facile de dire où commence la vie privée des

personnages publics. [...] Ce n'est pas, pensons-nous, parce qu'une célébrité construit son image en exposant une partie de sa vie privée qu'elle est obligée de la révéler tout entière ; et ce n'est pas parce qu'un certain public est friand de ces révélations que les journalistes sont tenus de les lui livrer ». Dans cette dénonciation de méthodes de travail d'un autre type de presse, le médiateur de presse condamne la logique économique. Pourtant, les plaintes des lecteurs accusent le journal de céder aux facilités de la logique économique.

12.1.1.2.1 Le lecteur mis en collectif

Dans les chroniques du médiateur du *Monde*, l'insertion des communications des lecteurs contient des caractéristiques distinctes de celles de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Au *Monde*, la majorité des chroniques ont pour objet de répondre aux critiques des lecteurs. T. Ferenczi, dans la chronique « La mort d'une princesse », n'échappe pas à cette règle. Ainsi, le médiateur apprécie et répond à une catégorie de réclamation récurrente dès l'arrivée de J.-M. Colombani à la direction du quotidien, celle que les choix éditoriaux et rédactionnels de la nouvelle formule du journal – qui ont fait de l'accident du pont d'Alma l'événement du jour – sont contraires aux principes constitutifs du journal.

A la chronique « La mort d'une princesse », les communications des lecteurs sont collectivement rapportées et ne sont pas quantifiées. T. Ferenczi reprend alors les réclamations de « nombreux lecteurs », de « plusieurs d'entre eux », de « ceux de nos lecteurs » qui sont mécontents de la hiérarchie de l'information dans le quotidien. Autrement dit, les communications des lecteurs rapportées dans la chronique sont assimilées dans le discours du médiateur – c'est-à-dire que les énoncés des lecteurs sont agglutinés et traduits dans les propos du titulaire de la fonction – et les fragments contenant leurs réclamations ne rendent pas possible de discerner ce qui a été exprimé par chaque lecteur en particulier. L'exception est faite dans un rapide passage où le médiateur commence par rapporter l'opinion de plusieurs lecteurs et passe par la séparation de ce qu'a dit un unique lecteur. L'opinion de ce lecteur, dont le nom est occulté par le médiateur, est contenue dans un groupe de mots, dans une expression qui ne constituent pas une phrase : « Ces contradicteurs jugent sévèrement l'attitude de notre journal, auquel ils reprochent de trahir son éthique du journalisme et de participer, comme l'écrit l'un d'eux, à un désolant 'renversement des valeurs' ». Ce qui demeure de l'énoncé du lecteur, c'est une expression – 'renversement des valeurs' – dont aucun trait identificatoire n'est indiqué ; le nom, la ville, la profession, l'âge restent du ressort du médiateur, qui laisse le lecteur anonyme. Dans cette chronique comme dans la majorité des textes signés par les titulaires de la fonction, la thématique provient des réclamations des lecteurs. La mise

en collectif des réclamations est bien marquée dans les chroniques du médiateur et signifie qu'il répond à une parcelle des lecteurs et non pas à la critique isolée d'un lecteur en particulier. Elle signifie aussi que le médiateur tend à répondre aux réclamations les plus récurrentes et qui concernent notamment les insatisfactions engendrées par les changements de la ligne éditoriale du *Monde*.

12.1.2 La Coupe du monde de football

Nous allons maintenant analyser les chroniques des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde*, concernant la couverture d'un autre événement, la Coupe du monde de football, organisée en France en juin et juillet 1998. Ce sujet a deux qualités particulières. D'abord, le sport est un thème secondaire dans la 'hiérarchie' thématique des deux quotidiens, quoique l'événement ait été amplement couvert par le *Folha* et *Le Monde*. Ensuite, à la différence de l'accident du pont d'Alma, la Coupe du monde de football est un événement programmable dans les agendas des médias d'information, dont la couverture, l'angle, la pagination, la distribution de tâches parmi les journalistes sont, dans la mesure du possible, prévus précédemment.

12.1.2.1 Le football au pays du football

Vainqueur de quatre titres mondiaux de football, l'équipe nationale brésilienne, la *seleção*, arrive en France nourrissant le dessein d'obtenir sa cinquième coupe, une exigence alimentée par les médias d'information. Ces dernières utilisent plusieurs termes hyperboliques pour faire état du rapport que les brésiliens entretiennent avec ce sport ; le football est tenu pour la 'passion nationale', tandis que le Brésil est le 'pays du football'. Pendant la Coupe du monde, les médias mettent en relation les résultats de l'équipe nationale et de l'économie nationale, en observant que cette dernière devient tributaire des victoires et des échecs de la première. A cet égard, dans le *Folha*, on trouve un reportage selon lequel la « performance de la bourse varie avec la fortune de la *seleção*²⁴ ». Chez les médias, les championnats mondiaux sont de grands réservoirs d'augmentation de la diffusion et des pages publicitaires, d'autant plus qu'ils surviennent normalement au mois de juillet, l'époque des vacances d'hiver et, par conséquent, de décroissance de l'audience et des

²⁴ In : R. Grinbaum, « Desempenho da Bolsa varia com a sorte da seleção », *Folha de S. Paulo*, 10/06/1998.

annonceurs. Ainsi, les médias entrent en compétition pour la meilleure couverture journalistique, ce qui pourrait attirer davantage d'audience et d'annonceurs. Cette mobilisation s'accroît au fur et à mesure que l'équipe nationale gagne les matchs et diminue lorsqu'elle est éliminée du championnat. L'ambition de faire face et de dépasser la concurrence prend, au *Folha de S. Paulo*, la forme d'autopromotion des nouveautés qu'il présente dans sa couverture. Il sera alors l'occasion de souligner que le « *Folha* apporte une couverture innovante²⁵ », le « nouveau système digital accélère l'édition²⁶ » et un exceptionnel groupe d'envoyés spéciaux est responsable de rendre compte et d'analyser les informations et les événements de la compétition.

12.1.2.1.1 La rétrospective des chroniques

La Coupe du monde de football de 1998 a été la troisième édition de cet événement où le *Folha de S. Paulo* disposait d'un *ombudsman*. Avant R. Lo Prete, C. T. Costa et J. N. de Sa, qui étaient en activité en 1990 et 1994 respectivement, ont abordé dans leurs chroniques la couverture journalistique du Mondial de football, une compétition qui est considérée au Brésil « l'événement sportif de l'année²⁷ ». Ainsi, avant d'examiner les chroniques de R. Lo Prete, nous allons faire la rétrospective des chroniques des *ombudsmans*. Pendant le 'mandat' du premier et de la troisième *ombudsmans* du *Folha*, la quantité de chroniques, l'emplacement et la taille des fragments textuels sur la compétition varient selon l'importance accordée aux informations sportives et les résultats de l'équipe nationale pendant le déroulement de la compétition. En 1990, la 'seleção' a obtenu son pire résultat depuis 1966. Du 17 juin au 15 juillet, deux chroniques sur cinq ont au moins un fragment du texte abordant la Coupe de football et une unique chronique – « Sobre estatísticas, previsões e edições » (« Sur les statistiques, les prévisions et les éditions », du 08/07/1990 – a cette compétition comme sujet principal. C'est notamment la comparaison avec la concurrence – les « quatre grands²⁸ » quotidiens, c'est-à-dire les quatre titres de la presse quotidienne nationale – qui retient l'attention de l'*ombudsman*. Il s'agit de savoir lequel « fait le meilleur cahier de la Coupe du monde²⁹ », dont les points de comparaison sont l'usage des statistiques, les textes d'humour, l'utilisation de la couleur.

En 1994, lorsque le Brésil remporte la coupe, l'événement est traité dans cinq des sept chroniques publiées entre le 12 juin et le 24 juillet, tandis qu'il est le sujet principal de trois textes –

²⁵ In : M. Suzuki Jr. « Folha traz cobertura inovadora », *Folha de S. Paulo*, 07/06/1994.

²⁶ In : « Novo sistema digital dá velocidade à edição », *Folha de S. Paulo*, 07/06/1994.

²⁷ « Evento esportivo do ano ». In : J. N. de Sa, « Milhares de dólares e nenhum gol », *Folha de S. Paulo*, 12/06/1994.

²⁸ « Quatro grandes ». In : C. T. Costa, « O leitor que se lixe », *Folha de S. Paulo*, 17/06/1990.

²⁹ « Faz o melhor caderno da Copa do Mundo ». In : C. T. Costa, « O leitor que se lixe », *Folha de S. Paulo*, 17/06/1990.

« Milhares de dólares e nenhum gol » (« Milliers de dollars et aucun but »), du 12/06/1994 ; « A hora da virada » (« L'heure du retournement »), du 17/07/1994 ; et « O país dos homens iguais » (« Le pays des hommes égaux »), du 24/07/1994. La couverture de la Coupe du monde de football de 1994 devrait marquer un changement dans les priorités éditoriales du *Folha de S. Paulo*. Le sport devrait passer à intégrer les domaines qui reçoivent une attention spéciale du journal, mesurée par les investissements financiers – « milliers de dollars » –, de moyens technologiques – « les modernes appareils photo digitaux [...] capables de réduire à quelques minutes le temps entre le moment de la photo et son arrivée au siège du journal³⁰ » – des efforts humains – « 25 journalistes mobilisés au siège, plus 19 aux Etats-Unis et trois reporters-photographes exclusifs³¹ » – et d'espace et d'emplacement dans le journal – « une moyenne quotidienne de 16 pages 'chaudes'³² » ; « cinq fascicules de l'« Histoire des Coupes » [...], le « Guide de la Coupe » [...] le « Tout sur la Coupe »³³ ». L'examen de la couverture de l'événement se déplace de la comparaison entre les quotidiens nationaux vers la disproportion entre les investissements financiers et ce que le journal arrive à publier. Sous cet angle, l'*ombudsman* a basé ses appréciations sur l'absence d'informations importantes et exclusives : « la presse [...] investit des milliers de dollars [...] et, à l'heure H, met dans les rues des journaux sans la nouvelle la plus importante de la veille sur cet événement³⁴ », c'est-à-dire « une simple photo de l'instant précis où le but est marqué dans ses pages³⁵ ».

D'ailleurs, dans les analyses de l'*ombudsman* J. N. de Sa, la comparaison se fait entre les couvertures précédentes et la couverture actuelle, et cela à l'avantage du journal. L'*ombudsman* commémore les modifications dans le traitement des informations sportives et la couverture de la Coupe, estimée « la plus extensive et la plus impartiale de toute la presse³⁶ », tout en déplorant quelques anciennes faiblesses qui persistent, comme la pauvreté informationnelle des titres et des légendes photographiques. La plus forte critique à la couverture du Mondial de football survient après la fin de la compétition. La délégation de la Confédération Brésilienne de Football – CBF – débarque au Brésil en apportant la coupe et beaucoup d'articles électroniques et d'autres produits de fabrication étrangère, mais sans avoir payé les droits de douane. Ainsi, dans « Le pays des hommes

³⁰ « As modernas câmeras digitais [...] capazes de reduzir o tempo entre o momento da foto e sua chegada na sede do jornal para alguns minutos ». In : J. N. de Sa, « Milhares de dólares e nenhum gol », *Folha de S. Paulo*, 12/06/1994.

³¹ « 25 jornalistas mobilizados na sede, mais 19 nos EUA e três repórteres fotográficos exclusivos ». In : J. N. de Sa, « A hora da virada », *Folha de S. Paulo*, 17/07/1994.

³² « Uma média diária de 16 páginas 'quentes' ». In : J. N. de Sa, *Ibid.*

³³ « Cinco fascículos da História das Copas [...] o Guia da Copa [...], Tudo sobre a Copa ». In : J. N. de Sa, « Dois momentos de um jornal », *Folha de S. Paulo*, 19/06/1994.

³⁴ « Imprensa que investe milhares de dólares [...] e, na hora H, coloca nas ruas jamais sem a notícia mais importante dele no dia anterior ». In : J. N. de Sa, « Milhares de dólares e nenhum gol », *Folha de S. Paulo*, 12/06/1994.

³⁵ « Um simples flagrante de gol em suas páginas ». In : J. N. de Sa, *Ibid.*

³⁶ « Mais extensiva e isenta de toda a imprensa ». In : J. N. de Sa, « A hora da virada », *Folha de S. Paulo*, 17/07/1994.

égaux », titre de la chronique du 24/07/1994, les champions du monde devraient être soumis, selon les dénonciations du *Folha de S. Paulo*, aux mêmes obligations que le restant de la population. Néanmoins, l'*ombudsman* estime qu'il y a eu un manque d'exhaustivité et une insuffisance d'information sur ce sujet. J. N. de Sa va alors considérer que « jusqu'à maintenant la presse n'a pas encore révélé le fondamental. [...] La presse ne s'est pas encore occupé de dresser la liste des privilégiés ».

Une semaine auparavant, J. N. de Sa avait publié une chronique rétrospective du traitement de l'information dans le quotidien. Le 17/07/1994, le jour de la finale de la Coupe du monde de football, disputée par les équipes du Brésil et de l'Italie, l'*ombudsman* J. N. de Sa, amorce sa chronique par : « quel que soit aujourd'hui le résultat de Brésil x Italie, un autre peut déjà être commémoré par les lecteurs du *Folha* : celui du cahier Copa 94, qu'il y a un mois a substitué Esportes dans la couverture du Mondial de football³⁷ ». Quatre années après, le Brésil, tenant du titre, participe à une autre finale du même tournoi, et l'*ombudsman* du quotidien, R. Lo Prete débute sa chronique par : « quel que soit le résultat du match d'aujourd'hui, le *Folha* sort du Mondial de la France réconcilié, au moins pour le moment, avec une parcelle du lectorat qui depuis longtemps est insatisfaite de la couverture de football³⁸ ». Ces deux chroniques commencent d'une manière identique : elles se rapportent à une faiblesse du journal – la couverture sportive – qui devrait être surmontée par la couverture de la Coupe du monde de football. Aussi bien en 1994 qu'en 1998, selon les appréciations de deux *ombudsmans*, la couverture du Mondial de football est présentée comme un facteur d'amélioration de la rubrique sportive, dans laquelle le journal n'a pas de « tradition ». Toutefois, les attentes de J. N. de Sa en 1994 ne sont pas confirmées par R. Lo Prete en 1998. La couverture sportive persiste comme une des faiblesses du journal détectées par ses *ombudsmans*.

12.1.2.1.2 Au *Folha* : de l'exhaustivité et des scoops

De même que d'autres événements comme les Jeux olympiques, les campagnes électorales nationales, régionales et municipales, la Coupe du monde de football est un événement périodique, et, par conséquent, prévu et programmable antérieurement, dont la durée s'étire sur plusieurs semaines. Cette caractéristique va influencer considérablement sur la manière dont l'*ombudsman*

³⁷ « Qualquer que seja o resultado de Brasil x Itália hoje, há um outro que já pode ser comemorado pelos leitores da *Folha*: o do caderno Copa 94, que substitui Esporte na cobertura do mundial de futebol há um mês ». In : J. N. de Sa, « A hora da virada », *Folha de S. Paulo*, 17/07/1994.

³⁸ « Seja qual for o resultado do jogo de hoje, a *Folha* sai do Mundial da França reconciliada, ao menos por ora, com uma parcela do leitorado havia muito tempo insatisfeita com sua cobertura de futebol ». In : R. Lo Prete, « Futebol e dissonância », *Folha de S. Paulo*, 12/07/1998.

procède à l'analyse de la couverture de l'événement. Ses appréciations s'articulent sur l'horizon d'attente et l'espace d'expérience de la couverture de l'événement, obéissant à un schéma proche de celui explicité par P. Ricœur (1985, pp. 375 – 391), à la suite de R. Koselleck. De cette manière, les dispositifs agencés dans l'examen de la couverture de l'événement vont se modifier en raison de l'avancement de la compétition. Au *Folha de S. Paulo*, trois chroniques de l'*ombudsman* R. Lo Prete ont eu la Coupe du monde de football comme sujet principal³⁹. La première chronique « A aposta da Folha na Copa » (« Le pari du *Folha* sur la Coupe »), a été publiée le 21/06/1998 ; la deuxième « Futebol e dissonância » (« Football et dissonance ») est sortie le 12/07/1998, le jour de la finale ; et la troisième, intitulée « Fim de festa » (« Fin de fête »), apparaît le 19/07/1998, une semaine après le terme de la compétition.

A l'instar des deux chroniques de J. N. de Sa et de R. L. Prete publiées lors des finales du Mondial de football, la représentation que les *ombudsmans* donnent du journal agit sur les appréciations du traitement de l'information. En l'occurrence, le *Folha* est présenté par ses *ombudsmans*, sous l'angle d'un journal sans « tradition » dans le traitement des informations de sport, et cette caractéristique est rattachée à une faiblesse que le journal doit surmonter. Ce journal se représente en tant que média de masse qui devrait répondre aux attentes de plusieurs catégories de sous-publics, de sorte que « la confection de pages ou de rubriques spécifiques [...] à des lectorats particuliers des informations d'actualité ou pratiques dans le but de leur rendre service ou de leur faire plaisir » (Mathien, 1993, p. 105) devient une obligation. En ce qui concerne les informations sportives, à titre d'illustration, on peut citer la chronique de J. N. de Sa, dans laquelle l'*ombudsman* évalue que le *Folha* « [...] n'a pas de tradition de couverture sportive. Ici, le sport avait été un sujet de deuxième catégorie jusqu'à deux ans, quand le bon sens et les enquêtes de profil du lecteur ont montré qu'il était nécessaire d'abandonner cette idée (et, pourquoi ne pas dire, ce préjugé) contre les informations sportives⁴⁰ ». Donc, selon l'*ombudsman*, au début des années 1990, le journal sous-estimait expressément les informations sportives, qui n'entraient pas dans le premier rang des informations et cela devait changer parce que, dans un registre économique, les enquêtes de connaissance du lecteur montrent une lacune dans la satisfaction des attentes du consommateur, confortées par le « bon sens ». Les investissements dans le sport, par le biais de la

³⁹ Pour mémoire, les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* peuvent être fragmentées en plusieurs sous-unités rédactionnelles, sous la forme de brèves, de sous-rubriques revenant régulièrement et de petits articles dotés de titres distincts de celui du fragment principal.

⁴⁰ « Não tem tradição de cobertura esportiva. Esporte, aqui, foi assunto de segunda categoria até dois anos atrás, quando o bom senso e as pesquisas de perfil do leitor mostraram que era preciso abandonar essa ideia (e, por que não dizer, esse preconceito) contra o noticiário esportivo ». In : J. N. de Sa, « A hora da virada », *Folha de S. Paulo*, 17/07/1994.

couverture du Mondial de football, illustre alors, selon les *ombudsmans*, la mise en conformité aux demandes des lecteurs du *Folha de S. Paulo*.

12.1.2.1.3 L'analyse rétrospective : l'appréciation de l'évolution

Dans la chronique du 21/06/1998, « A aposta da *Folha* na Copa », parue une dizaine de jours après le début du championnat, R. Lo Prete emploie sa connaissance de la 'tradition' du journal dans la couverture sportive pour faire une analyse circonstancielle des premiers comptes rendus du Mondial de football. D'abord, elle va manifester sa satisfaction du traitement de l'événement jusqu'alors accompli par le quotidien. Pour appuyer cette appréciation, l'*ombudsman* a recours à la mise en évidence des informations exclusives publiées par le journal, et aux avis des lecteurs, en mettant en parallèle leur mécontentement à propos de la couverture sportive et leur satisfaction à l'égard du traitement des informations sur le championnat. Une première remarque de l'*ombudsman* concerne l'identification de 'scoops' révélés par le journal, accompagné de leur description. S'inscrivant dans la logique de la concurrence, chaque scoop équivaut à un but marqué contre les adversaires, de manière que le critère d'appréciation du journal est sa performance face aux autres titres de presse. Plus le journal apporte d'informations exclusives, plus il a un rendement supérieur à ses concurrents.

Ensuite, l'*ombudsman* rapporte les communications des lecteurs à l'égard du traitement de l'information sur le championnat mondial de football. Elle relate que « d'une manière générale » les lecteurs du *Folha* qui prennent contact avec la titulaire de la fonction approuvent la couverture de la Coupe, tandis qu'auparavant ils avaient des reproches sur le traitement des informations sportives. Certes, l'unanimité n'est pas conquise et des critiques persistent, mais l'*ombudsman* les mentionne comme des voix minoritaires ; ainsi il y a ceux qui « enregistrent des erreurs factuelles⁴¹ » et un groupe de lecteurs « minoritaires et emphatiques [...] qui protestent contre l'espace accordé au Mondial⁴² ». Pourtant, l'*ombudsman*, en rappelant que sa « chronique s'occupe fondamentalement de choses qui ne marchent pas bien⁴³ », propose de relever les points faibles du traitement journalistique du Mondial de football. R. Lo Prete en inventorie quatre, en les brossant à gros traits : la quantité de pages consacrées à l'événement, dont les « chiffres effraient⁴⁴ » ; la beauté plastique du cahier sur le Mondial qui est en désaccord avec le restant du journal ; la pauvreté informationnelle des légendes de photos ; et l'absence dans leurs fonctions de certains journalistes,

⁴¹ « Registram erros pontuais ». In : R. Lo Prete, « A aposta da *Folha* na Copa », *Folha de S. Paulo*, 21/06/1998.

⁴² « Minoritários e enfáticos [...] que protestam contra o espaço dado ao Mundial, em sua opinião excessivo. Tratarei disso adiante ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁴³ « Coluna se ocupa basicamente de coisas que não andam bem ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁴⁴ « Números assustam ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

déplacés à la couverture du Mondial, alors que l'actualité fut plus chargée qu'il n'était prévu. Ainsi, les analyses constituent des tableaux à peu d'éléments : « Imaginez où va arriver l'escalade, fruit de l'hyperconcurrence entre les véhicules, si le Brésil est en finale du tournoi⁴⁵ » ; « Je pense à la manière dont [le lecteur] va réagir quand la fête va finir⁴⁶ » et la couverture sportive, au lieu de « la très belle présentation visuelle de la Copa 98⁴⁷ », reviendra « à la maquette graphique ancienne et à la pauvreté de titres⁴⁸ » ; les légendes de photos sont « des informations vérifiables sans la nécessité de lecture. Rien de la créativité expérimentée dans les titres⁴⁹ » ; « Sur la vente de la Telebras ou l'escarmouche entre le gouvernement et les professeurs, le lecteur veut savoir ce que pensent ses chroniqueurs⁵⁰ », notamment « trois poids lourds du premier cahier⁵¹ », un analyste politique, un grand reporter et un essayiste, qui sont, à l'occasion, devenus des chroniqueurs sportifs, depuis la France. Son analyse n'est pas basée sur les principes déontologiques, comme la neutralité, les méthodes de production de l'information. Il se focalise sur des principes d'efficacité et de rendement des pratiques professionnelles. Le nombre de pages destiné à la Coupe ne préoccupe l'*ombudsman* que parce qu'il est réellement excessif, même s'il correspond à une attente des lecteurs et à une réaction à la concurrence. Sous cet angle, le déplacement de journalistes – politiques, économiques, de société, etc. – vers la couverture sportive ne cause d'inconvénients que dans la mesure où des événements imprévus – comme la vente de la Telebras, l'entreprise de télécommunications brésilienne – demandent d'être analysés et décortiqués par des spécialistes.

Dans la chronique publiée le jour de la finale Brésil-France, le 12/07/1998, intitulée « Futebol e dissonância », l'*ombudsman* s'inscrit dans le prolongement de l'analyse parue au début du championnat, dans laquelle elle couvre de fleurs le supplément 'Copa 98'. Comme dans la chronique précédente, l'*ombudsman* rappelle que la plupart des lecteurs étaient satisfaits de la couverture du journal, que le supplément était « beau et complet comme aucune autre initiative antérieure du journal dans le domaine⁵² » et qu'il « supplante les concurrents en apparence et en

⁴⁵ « Imagine aonde chegará a escalada, fruto da hipercompetição entre os veículos, se o Brasil for à final do torneio ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁴⁶ « Fico pensando em como ele reagirá quando a festa terminar ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁴⁷ « Muito bonita a apresentação visual do Copa 98 ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁴⁸ « Au padrão gráfico antigo e à pobreza de títulos ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁴⁹ « Informações verificáveis sem necessidade de leitura. Nada da criatividade experimentada nos títulos ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵⁰ « Sobre a venda da Telebrás ou o embate entre governo e professores, o leitor quer saber o que pensam seus cronistas ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵¹ « Três pesos-pesados do primeiro caderno ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵² « Bonito e completo como nenhuma iniciativa anterior do jornal na área ». In : R. Lo Prete, « Futebol e dissonância », *Folha de S. Paulo*, 12/07/1998.

substance⁵³ ». Pourtant, l'*ombudsman* considère la couverture de l'événement critiquable à l'égard de la 'personnalité' du journal. Comme les principes d'appréciation mis en place dans la chronique précédente, ce principe d'évaluation du traitement de l'information ne correspond pas aux préceptes déontologiques instaurés par le groupe professionnel des journalistes.

La 'personnalité' – l'identité, les traits distincts – du journal est l'une des matrices de la formule d'investissement qui équilibre et justifie les choix rédactionnels d'un média. Ainsi, R. Lo Prete va diriger ses réserves au cahier 'Copa 98' à cause de la perte de traits distinctifs du journal. Sous cet angle, pendant le Mondial de football, où « sa personnalité est moins ressortie dans le paysage général de la presse⁵⁴ », le « *Folha* semble avoir abdiqué son rôle traditionnel de trouble-fête⁵⁵ » parce qu'il n'y a pas eu de scoop pendant le championnat, et la couverture de la presse était uniforme, avec un « discours unique⁵⁶ » de toute la presse, et il a raté des occasions de « mettre en évidence le doute de coups polémiques⁵⁷ ». Dans ce texte de l'*ombudsman*, la 'personnalité' du journal aurait dû soulever la polémique dans le traitement d'informations concernant les résultats de l'équipe brésilienne, par lequel le journal « aurait pu se différencier davantage, non pas par la démarche gratuite d'être contre, mais par le sain exercice du doute, dans la critique et dans l'éloge⁵⁸ ». Une fois de plus, le critère d'appréciation du traitement de l'information touche à la distinction de la concurrence ; la 'personnalité' du journal représente donc la différenciation du journal des autres titres de la presse quotidienne nationale.

Sous un autre angle, celui du contenu d'articles sur le football, c'est le positionnement du journal cause des incompréhensions entre le journal et les lecteurs, qui renforce la personnalité du journal : « Le *Folha* et les supporters ne se sont pas toujours compris⁵⁹ ». En transformant les lecteurs en supporters, l'*ombudsman* établit en filigrane que l'attitude du journal – considérée par le journaliste comme impartiale, neutre et respectueuse de la personnalité du journal – envers le sport n'était pas celle d'un supporter, d'un partisan. Dans cette chronique, l'*ombudsman* concluait en affirmant que « peut-être personne ne veut être traité de mauvais augure et prendre le risque de rester étranger à la fête du cinquième championnat⁶⁰ ». Pourtant, ce jour-là, le score de la finale

⁵³ « Supera os concorrentes em aparência e substância ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵⁴ « Sua personalidade menos sobressai no cenário geral da imprensa ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵⁵ « A *Folha* parece ter abdicado de seu papel tradicional de provocadora ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵⁶ « Discurso único ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵⁷ « Destacar a dúvida em lances polémicos ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵⁸ « Poderia ter se diferenciado mais, não pelo expediente gratuito de ser do contra, mas pelo saudável exercício da dúvida, na crítica e no elogio ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

⁵⁹ « A *Folha* e a torcida nem sempre se entenderam ». In : R. Lo Prete, « Futebol e dissonância », *Folha de S. Paulo*, 12/07/1998.

⁶⁰ « Talvez ninguém queira ser chamado de agourento e correr o risco de ficar fora da festa do penta ». In : R. Lo Prete, *Ibid.*

France – Brésil a été de 3 à 0. Pendant ce match, la 'seleção' brésilienne n'a pas le rendement habituel et son principal joueur Ronaldinho, qui détient le titre le meilleur footballeur du monde, fait une prestation médiocre.

Cet échec de l'équipe brésilienne a des incidences sur les appréciations de l'*ombudsman*. Dans la chronique suivante, de titre « Fim de festa », du 19/07/1998, arrive le moment où l'*ombudsman* qualifie autrement les objets ; l'*ombudsman* peut alors ne plus utiliser de demi-mots et qualifier la couverture du journal d'« aveuglement triomphaliste⁶¹ », ce qui auparavant était interdit sous peine d'être « appelé de mauvais augure ». Pourtant, les points négatifs relevés par l'*ombudsman* s'en tiennent à ces critiques. Après avoir jugé que le quotidien était exagérément favorable à l'équipe nationale, l'*ombudsman* se met à tisser des éloges aux articles sur le sujet parus pendant la semaine. Le point positif du traitement de l'information pendant la semaine était le 'scoop' du journal, qui « a décidé de faire du journalisme et a réussi son coup⁶² ». Dans ce cas de figure, ce que l'*ombudsman* considère « faire du journalisme » était publier un reportage ayant « une contribution décisive pour éclaircir ce qui est de fait arrivé à Ronaldinho⁶³ », qui aurait pu être réalisé par un journaliste qui « était réellement intéressé à découvrir ce qui s'est passé dimanche⁶⁴ ». Quoique le scoop n'ait pas été « mirobolant, produit de procédures hétérodoxes, mais une leçon à la maison très bien faite⁶⁵ », il est pris par l'*ombudsman* pour ce qu'il singularise le journal par rapport à ses concurrents. Dans cette chronique, les analyses de l'*ombudsman* vont rapprocher un exemple de bon reportage à la capacité d'apporter des scoops et, en conséquence, de devancer la concurrence, et de faire la lumière sur un épisode, de rendre public la vérité des faits. On peut également remarquer que les appréciations de l'*ombudsman* se bornent à la manière dont le journal a traité des épisodes sportifs concernant l'équipe brésilienne de football (les scoops sont une intervention de la Confédération Brésilienne de Football – CBF – sur l'entraîneur et le remplacement d'un joueur dans l'équipe, la dissonance devrait être se différencier du discours nationaliste et la vérité sur l'état de santé d'un joueur). Autrement dit, les analyses sur le traitement de l'information sur la Coupe du Monde de Football publiées dans les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* sont réduites aux nouvelles de l'équipe nationale, de sorte que le compte rendu d'autres équipes et les questions extrasportives de la Coupe du monde n'y sont pas comprises.

⁶¹ « Cegueira triunfalista ». In : R. Lo Prete, « Fim de festa », *Folha de S. Paulo*, 19/07/1998.

⁶² « A *Folha* decidiu fazer jornalismo e se deu bem ». In : R. Lo Prete, *Ibid*

⁶³ « Contribuição decisiva para esclarecer o que de fato aconteceu com Ronaldinho ». In : R. Lo Prete, *Ibid*

⁶⁴ « Por quem quer que estivesse realmente interessado em descobrir o que se passou no domingo ». In : R. Lo Prete, *Ibid*

⁶⁵ « Não foi do tipo mirabolante, produto de expedientes heterodoxos, mas sim uma lição de casa muito bem feita ». In : R. Lo Prete, *Ibid*.

L'analyse de ses trois chroniques sur le traitement des informations relatives au Mondial de football donne la possibilité de, dans un premier temps, mettre à plat les types d'évaluation du travail journalistique pratiqués par l'*ombudsman* dans la couverture d'événements programmables et, dans un deuxième temps, d'avancer dans la modélisation de la fonction de médiateur. Commençons par la distribution temporelle des types d'évaluation du traitement de l'information. Dans une analyse produite aux premiers jours de la compétition, l'*ombudsman* va construire son expertise des pratiques journalistiques prenant appui sur ses savoirs à l'égard des actions menées dans une édition antérieure de l'événement, et des réclamations des lecteurs sur le thème et l'événement en question, c'est-à-dire le sport, en général, et le football, en particulier, et la Coupe du monde de football. L'analyse du traitement de l'événement en cours d'accomplissement va, à son tour, privilégier l'examen du rendement du journal dans la couverture d'un événement en train de se produire et être davantage comparative de la manière dont le quotidien et les concurrents couvrent l'événement, tandis qu'une analyse de la couverture d'un événement déjà échu s'emploie, en plus de mesurer le rendement, à constater les gains. L'appréciation du traitement d'un sujet ou d'un événement peut se faire par la comparaison du traitement antérieur du même sujet ou du même événement. Il importe de détecter en quoi la couverture actuelle élargit la quantité et la qualité des informations. Un gain mesuré par de « bons chroniqueurs, beaucoup de données statistiques, didactisme et de l'information neutre et dépassionnée⁶⁶ », critères utilisés par J. N. de Sa pour la couverture de la Coupe du monde de football de 1994. L'analyse produite lorsque l'événement était en cours tend à relever des aspects positifs et négatifs de la mise en forme et du contenu d'articles consacrés à l'événement. D'une part, on analyse la forme esthétique de la mise en pages du journal. D'autre part, l'examen du contenu peut être comparé avec la concurrence. Dans ce cas de figure, l'intérêt de l'*ombudsman* consiste à confronter les comptes rendus publiés par plusieurs médias – les quatre quotidiens nationaux, en spécial – pour détecter les différences en termes de présence et absence de quelques informations, et, par conséquent, pour dénombrer les 'scoops', les informations données en exclusivité par média.

Au demeurant, dans ces trois chroniques où l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* met en scène plusieurs manières d'apprécier le traitement journalistique d'un événement, comme la détection de scoops, l'inventaire de points faibles de la couverture, les manquements à la personnalité du journal et le dévoilement de la vérité. Ces manières d'apprécier font ressortir une diversité d'angles d'approche qui pourtant se fondent sur de tensions entre objets qui se répètent. Nous avons déjà

⁶⁶ « Bons columnistas, muitos dados estatísticos, em didatismo e num noticiário isento e desapaixonado ». In : J. N. de Sa, « A hora da virada », *Folha de S. Paulo*, 17/07/1994.

remarqué qu'au *Folha* la fonction d'*ombudsman* se caractérise par la production d'une critique du traitement de l'information. A travers les chroniques de l'*ombudsman*, il est dressé et mis en circulation des critères de compétence professionnelle et une distinction de méthodes de travail appropriées. Chez l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, l'analyse du traitement de l'information ne prend sa dimension que dans une comparaison avec les concurrents.

12.1.2.1.4 La modalité d'insertion des communications du lecteur

Ces modalisations des types de pratiques professionnelles à apprécier en cas d'analyse d'un événement périodique ont des conséquences sur les modalités d'insertion des communications du lecteur. Dans les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* sur le traitement de l'information relative à Coupe du monde de football, le lecteur a une place secondaire, au mieux, ou il est absent, au pire. Ces chroniques de l'*ombudsman* du *Folha* sont modélisées pour s'astreindre à dénicher les points négatifs du traitement de l'actualité, ce qui peut être opéré sans l'insertion de communications des lecteurs ou sans prendre en compte leurs réclamations. La chronique « A aposta da Folha na Copa », du 21/06/1998, apporte, en grandes lignes, la tendance des lecteurs à l'égard des premiers matériaux sur le Mondial de football. A ce moment, ils sont divisés en deux groupes, les pour et les contre, dont les énoncés sont assimilés par l'*ombudsman*, et on discerne seulement l'interprétation que l'*ombudsman* en donne : « D'une manière générale, la réponse des lecteurs est positive⁶⁷ », « Dans leur majorité, les manifestations [...] sont élogieuses.⁶⁸ » ; « Il y a celles qui enregistrent des erreurs factuelles⁶⁹ » ; « Minoritaires et emphatiques, il y a encore des lecteurs qui protestent contre la place accordée au Mondial, à leur avis, excessive⁷⁰ ». A la deuxième chronique consacrée à l'événement, « Futebol e dissonância », du 12/07/1998, le lecteur réapparaît comme de catégories, de tendances de réaction envers la couverture sportive et le traitement des informations concernant le championnat. Ils sont « une parcelle du lectorat qui depuis longtemps est insatisfaite de la couverture de football⁷¹ ». De plus, les appréciations de l'*ombudsman* sont toujours produites à la marge des considérations des lecteurs D'un côté, les réclamations des lecteurs ; d'un autre côté, les exigences et les jugements de l'*ombudsman*, qui sont plus grands que ceux des lecteurs : « Pour les lecteurs, satisfaits du produit selon les consultations

⁶⁷ « De maneira geral, a resposta dos leitores tem sido positiva ». In : R. Lo Prete, « A aposta da *Folha* na Copa », *Folha de S. Paulo*, 21/06/1998

⁶⁸ « Em sua maioria, as manifestações [...] são elogiosas ». *Ibid*

⁶⁹ « Há as que registram erros pontuais ». *Ibid*.

⁷⁰ « Minoritários e enfáticos, há ainda leitores que protestam contra o espaço dado ao Mundial, em sua opinião excessivo ». *Ibid*.

⁷¹ « Uma parcela do leitorado havia muito tempo insatisfeita com sua cobertura de futebol ». In : R. Lo Prete, « Futebol e dissonância », *Folha de S. Paulo*, 12/07/1998.

quotidiennes du journal et les manifestations envers l'*ombudsman*, cela peut être suffisant. Mais je pense encore que le *Folha* aurait pu se différencier davantage⁷² ».

Dans la troisième chronique sur la compétition, « Fim de festa », du 19/07/1998, nous avons toujours traité à des catégories de lecteurs, distribuées en réactions négatives et positives au traitement de l'événement. Cette fois-ci, l'*ombudsman* rapporte les paroles individuelles d'un lecteur, sans citer aucun trait distinctif qui pourrait l'identifier. Seuls l'auteur de ces paroles et l'*ombudsman* sont aptes à reconnaître l'identité de ce lecteur :

« Un lecteur du deuxième groupe a considéré que le *Folha* a commis une erreur en plaçant le problème du footballeur au centre de la discussion. Selon lui, cela a éclipsé 'le fait que nous aurions perdu de toute façon'. J'ai considéré que la tâche du journal, c'est faire des investigations sur une affaire d'énorme répercussion dans laquelle les impliqués se sont portés sans aucune transparence. Le lecteur n'a pas changé d'idée. Moi non plus. Mais, [...] il touche à un point intéressant⁷³ ».

Contrairement à d'autres opinions de lecteurs qui ont été rapportées par des catégories de tendances d'opinions, cette communication du lecteur a mérité d'être reprise individuellement et d'être partiellement citée par l'*ombudsman*. La fortune de la lettre serait-elle la même si elle ouvrait à l'*ombudsman* la possibilité d'opérer le passage vers un angle qu'elle voulait développer ? De toute façon, dans cette chronique, la reproduction d'une conversation téléphonique entre l'*ombudsman* et le lecteur sert de lien entre des angles d'approche du traitement de l'information. Cela corrobore à la modélisation de l'insertion des communications des lecteurs dans les chroniques de l'*ombudsman* : les réclamations des lecteurs se configurent comme un élément secondaire qui peut ou non être présent dans les textes signés par les titulaires de la fonction.

12.1.2.2 La valeur de l'événement

Au *Monde*, de même que dans le texte sur « La mort d'une princesse », dans les chroniques dont le sujet est la Coupe du monde de football – « La passion du football », du 22/12/1997, et

⁷² « Para os leitores, satisfeitos com o produto segundo consultas diárias do jornal e manifestações à ombudsman, isso pode ter sido suficiente. Mas ainda penso que a *Folha* poderia ter se diferenciado mais ». In : R. Lo Prete, « A aposta da *Folha* na Copa », *Folha de S. Paulo*, 21/06/1998.

⁷³ « Um leitor do segundo grupo considerou que a *Folha* errou ao colocar o problema com o jogador no centro da discussão. Para ele, isso obliterou 'à realidade de que teríamos perdido de qualquer jeito'. Ponderei que é tarefa do jornal investigar um caso de enorme repercussão, no qual os envolvidos se portaram sem nenhuma transparência. O leitor não mudou de idéia. Nem eu. Mas, [...] ele toca em um ponto interessante ». In : R. Lo Prete, « Fim de festa », *Folha de S. Paulo*, 19/07/1998.

« Allergies au football », du 22/06/1998 – le médiateur centre son attention sur la désapprobation des lecteurs à la place – excessive – accordée à l'événement, signe d'un bouleversement de la hiérarchie du journal, qui a été mise en chantier dès la création du journal, en 1944. Sous cet angle, la mort de Lady Di rejoint la couverture de la Coupe du monde, pour ce qu'ils sont d'exemples repérés par les lecteurs et repris, dans sa chronique, par T. Ferenczi. Ce médiateur classe ce type de reproche les lecteurs sous l'enseigne de la « prétendue 'dérive' du *Monde* qui [...] serait infidèle à l'héritage de son fondateur⁷⁴ » (Ferenczi, 1998, p. 108). Dans ces cas, la « prétendue 'dérive' » ne concerne pas de dérives déontologiques, ni une déficience dans l'enquête journalistique (fautes factuelles, insuffisance d'informations). Il s'agit d'un manquement à la tradition du journal dans l'élaboration de la hiérarchie de l'information, indiquée par l'emplacement, la taille et les propriétés graphiques d'un article ou d'un ensemble d'articles sur un sujet.

Espacées d'exactly six mois, les deux chroniques de T. Ferenczi s'articulent autour des mêmes objets et se constituent en discours de justification de la ligne éditoriale du journal et des changements opérés dès le début 1994, par le directeur de publication J.-M. Colombani. La première chronique sur l'espace rédactionnel attribué à cet événement « La passion du football », du 22/12/1997, parue un semestre avant le début de la compétition, objecte les arguments de ceux qui ont un sentiment de répulsion à l'égard du football, de ceux qu'« exaspère par avance la prochaine Coupe du monde de football et irrite la place que *Le Monde* a décidé d'accorder à cette compétition⁷⁵ ». Dans la deuxième chronique, « Allergies au football », du 22/06/1998, publiée au cours de l'événement, c'est également vers l'étendue de la couverture du Mondial de football que se tournent les réclamations (retenues) des lecteurs et les appréciations de T. Ferenczi. A ces deux occasions, la rédaction d'une chronique de justification des choix éditoriaux du quotidien est entraînée par le flux de correspondance sur le sujet adressée au titulaire de la fonction : le médiateur est confronté à un « concert de protestations⁷⁶ », dans lequel les lecteurs font ressortir les points négatifs de l'événement qui constitueraient des obstacles à la valeur de l'événement.

Les lecteurs déprécient la Coupe de football par ses implications sociologiques en tant qu'« opium du peuple⁷⁷ », qu'« exutoire des nationalismes exacerbés, [...] guerre coûteuse en

⁷⁴ Dans ce texte, publié dans la revue *Médiaspouvoirs*, T. Ferenczi procède à bilan de son 'mandat' du *Monde*. En plus de la mort de la princesse de Galles et de la Coupe du monde de football, un entretien avec le chanteur Johnny Holliday et l'espace occupé par certains placards publicitaires ont provoqué un grand flux de réclamations fondées sur l'infidélité aux principes du journal.

⁷⁵ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

⁷⁶ In : T. Ferenczi, *Ibid.*

⁷⁷ In : T. Ferenczi, *Ibid.*

temps de paix⁷⁸ », et par sa dimension marchande, repérable par la « domination de l'argent et des publicitaires⁷⁹ » et par le fait d'être une « usine à fric pour multinationales, [...] entreprise de divertissement-diversion⁸⁰ ». Les réponses du *Monde*, par le biais de son médiateur, concernent la grandeur de l'événement. Dans ses appréciations, T. Ferenczi ne va pas invoquer l'irrecevabilité des réclamations des lecteurs. Au contraire, il affirme que les observations des lecteurs « rendent compte, incontestablement, d'aspects importants⁸¹ » du sujet, bien qu'il mette en évidence que les plaintes sont motivées par des sentiments personnels et des perceptions de chacun, repérables par la 'passion' ou l'«allergie» du football, marquées dans les titres des chroniques. Son argumentation inclut aussi les lecteurs qui n'ont pas saisi la totalité de ce phénomène, et leurs analyses, quoique justes, « n'expriment toutefois [...] qu'une vision partielle de la réalité⁸² ». Ainsi, la place consacrée au Monde du Football – des dossiers et des suppléments sortis dès le début 1997 anticipant l'ouverture de l'événement, au supplément consacré à la couverture d'un mois de matchs – est justifiable par deux types de grandeurs : le sens, la signification de l'événement – « phénomène social de grande ampleur », ayant une « dimension particulière⁸³ » par le fait d'être organisé en France ; et la satisfaction des attentes des lecteurs. Dans le discours de justification du médiateur, nous avons affaire à un événement qui « intéresse désormais une vaste partie de notre public⁸⁴ », au spectacle d'une compétition sportive qui « plaisirs que procure aux amateurs⁸⁵ ».

Quand bien même les lecteurs se plaignent que le journal trahit l'héritage de H. Beuve-Méry, c'est sur la 'tradition' du *Monde* que s'assoit un autre versant de l'argumentation du médiateur. Il sera moins question d'affirmer que le sport a toujours fait partie des centres d'intérêts du journal, que d'affirmer que le traitement de ce type de thème se fait en conformité avec la tradition et les principes du journal. En effet, selon le médiateur, l'attention et la satisfaction des tendances d'une fraction des lecteurs ne se fait pas aux dépens des principes constitutifs du journal. Sa justification ne touche pas la hiérarchie de l'information d'une édition en particulier, mais les méthodes de travail des journalistes du *Monde*. Sous cet angle, le traitement de l'information sur le Mondial de football respecte la séparation de l'« information et [de l']encensement⁸⁶ » et de la retenue de son

⁷⁸ In : T. Ferenczi, « Allergies au football », *Le Monde*, 22/06/1998.

⁷⁹ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

⁸⁰ In : T. Ferenczi, « Allergies au football », *Le Monde*, 22/06/1998.

⁸¹ In : T. Ferenczi, *Ibid.*.

⁸² In : T. Ferenczi, *Ibid.*

⁸³ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

⁸⁴ In : T. Ferenczi, *Ibid.*

⁸⁵ In : T. Ferenczi, « Allergies au football », *Le Monde*, 22/06/1998.

⁸⁶ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

« esprit critique⁸⁷ » ; la place accordée à l'événement prend en compte tous les « aspects négatifs » de l'événement, y compris des « questions extrasportives ». De plus, comme en d'autres occasions, le médiateur appuie ses arguments sur la collection du journal. Dans ce cas de figure, le médiateur mobilise la continuité d'éditions du journal pour justifier la place exceptionnelle attribuée à l'événement, dans un journal qui continue de respecter sa hiérarchie, où le sport ne peut qu'être placé après « la diplomatie, la politique ou l'économie⁸⁸ ».

L'autre versant du discours de justification du quotidien est l'attitude délibérée et réfléchie de promouvoir le Mondial de football au rang d'événement justifiant la publication de dossiers et de suppléments : c'était un choix, au « risque d'indisposer ceux de ses lecteurs pour qui la passion du sport ne fait pas partie de la tradition du *Monde*⁸⁹ ». Ainsi, la nouvelle formule du journal mise en place sous la direction de J.-M. Colombani est souvent présentée comme une des actions des « défis⁹⁰ » que le quotidien est en train de surmonter. Un nouvel aspect du discours du *Monde* est de réfuter les accusations des avantages économiques dans son choix. L'importance accordée à l'événement se fonde sur l'importance de l'événement et « la direction du *Monde* nous a précisé notamment, en réponse aux questions de quelques lecteurs, qu'aucun lien financier n'unit notre journal au Comité français d'organisation. Les ressources publicitaires qui servent à financer ces pages supplémentaires sont issues du démarchage normal de notre régie Le Monde-Publicité auprès des partenaires commerciaux de la Coupe du monde⁹¹ ». Au total, l'orientation des textes du médiateur du *Monde* est davantage une justification des pratiques professionnelles des journalistes de sa rédaction qu'une appréciation du traitement de l'information dans les éditions du quotidien. De fait, cette inclination n'est pas dissimulée par les titulaires de la fonction. T. Ferenczi rend compte, dans le chapeau de sa chronique du 05/01/1998, des réactions des lecteurs à ces considérations sur son texte, publié deux semaines auparavant, qui « justifiait l'importance donnée par *Le Monde* à la prochaine Coupe du monde de football⁹² ».

Dans ces deux chroniques, T. Ferenczi prend en considération l'un des « sujets de controverse » pour les lecteurs, ce qui englobe aussi bien la réaction des lecteurs à l'actualité et à la manière dont le journal en rend compte. Le médiateur mobilise alors la rhétorique de justification des pratiques professionnelles pour répondre à des mises en question proférées par plusieurs lecteurs. Dans ces événements, les lecteurs ne reprochent toujours pas au *Monde* la superficialité du

⁸⁷ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

⁸⁸ In : T. Ferenczi, *Ibid.*

⁸⁹ In : T. Ferenczi, *Ibid.*

⁹⁰ In : J.-M. Colombani, « Défis », *Le Monde*, 07/03/1994.

⁹¹ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

⁹² In : T. Ferenczi, « La violence et les banlieues », *Le Monde*, 05/01/1998.

traitement de l'information et des erreurs factuelles⁹³. Il s'agit de 'dérives' qui ne mettent pas en cause d'un côté, l'honnêteté et la vérité, d'un autre côté, l'insuffisance, de ce qui est rapporté. La désapprobation du contenu du journal passe par la hiérarchie de l'information. En l'espèce, les reproches des lecteurs rejoignent ceux de certains sociologues qui se sont penchés sur la médiation de presse. Ce que l'on peut rapprocher au *Monde*, ce ne sont pas les « informations ponctuelles qu'il délivre, et qui peuvent être irréprochables en soi » (Champagne, 2000, p. 22), la compétence des journalistes à reproduire le réel, à raconter la vérité, mais l'altération des centres d'intérêts, le bouleversement de la hiérarchie de l'information. En somme, dans la majorité des chroniques des médiateurs, les informations factuelles ne portent pas en elles-mêmes d'insuffisances et de faiblesses. Ce déplacement des informations factuelles dans la hiérarchie de l'information constitue pourtant un écart du modèle construit par l'ONO, selon lequel le médiateur de presse répond aux réclamations des lecteurs concernant « l'exactitude, la justesse, l'équilibre et le bon goût dans couverture des informations⁹⁴ ».

12.1.2.3 Répondre aux lecteurs

Comme nous avons vu ci-dessus, dans la chronique « La mort d'une princesse » les interventions des lecteurs étaient mises en collectif et on ne pouvait que discerner un fragment de phrase d'un lecteur, non identifié. Dans les chroniques sur la Coupe du monde de football, tout en conservant un passage dans lequel les lecteurs sont mis en collectif, le médiateur met en scène d'autres modalités de reproduction des interventions des lecteurs. A la chronique « La passion du football », T. Ferenczi transcrit des fragments de phrases ou de phrases de quatre lecteurs, tous identifiés par leurs noms et villes :

« Sylvain Alberteau, de Montpellier, cite parmi les causes de son désabonnement 'la place consacrée à ce lamentable "opium du peuple" que constitue la Coupe du monde de football'. 'Après le pape, le foot', note Pierre Arrhas, de Chaville, qui ajoute : 'Douteuse douceur des opiums contemporains dont *Le Monde*, désormais, s'emploie à être le dealer'⁹⁵ »

⁹³ Quoique dans la couverture du Mondial de Football, les lecteurs avancent la vénalité, à travers de contrats entre la commission d'organisation de l'événement et le journal, comme le moteur de l'intérêt, dans les pages du journal, par le sujet.

⁹⁴ « Accuracy, fairness, balance and good taste in news coverage » (ONO, 1999a).

⁹⁵ In : T. Ferenczi, « La passion du football », *Le Monde*, 22/12/1997.

Dans la chronique « Allergies au football », le médiateur va réitérer les mêmes arguments utilisés dans la chronique précédente. Pour amoindrir la redondance, il augmente, dans le texte de sa chronique, la dimension de la reproduction du courrier du lecteur et, réduit la taille destinée à son appréciation, de manière qu'il transcrit de larges extraits de la correspondance de deux lecteurs, parmi quatre, tous identifiés. Cette fois-ci, T. Ferenczi alterne la transcription de phrases et l'hybridation de son énonciation et de fragments d'énoncés de lecteurs.

La définition, les missions, les activités professionnelles et les caractérisations de l'*ombudsman* et du médiateur exercent de l'influence sur les thématiques, les modalités d'appréciation des pratiques professionnelles et l'insertion des communications des lecteurs dans les chroniques régulières des titulaires de la fonction de médiateur de presse. Autrement dit, ces dispositifs sont directement attachés à la modélisation de la médiation de presse mise en place dans le *Folha de S. Paulo* et *Le Monde*. Ainsi, en reprenant la définition de la fonction présentée au bas de chaque chronique qui scinde les attributions du titulaire du poste entre recevoir les critiques des lecteurs et produire une chronique hebdomadaire d'analyse du traitement de l'information, les chroniques de l'*ombudsman* développent davantage l'examen de l'actualité au travers des appréciations du propre titulaire du poste que des réclamations provenant des lecteurs. Une partie significative des chroniques des *ombudsmans* ne reproduit pas les considérations des lecteurs sur les pratiques professionnelles des journalistes. Des 254 chroniques des titulaires de la fonction publiées de janvier 1994 à juin 1999, 63 textes (24,8%) ne contenaient aucune communication des lecteurs. Par conséquent, la modélisation de la médiation de presse au *Folha de S. Paulo* se fonde sur la représentation du lecteur comme une instance qui procède au jugement du travail journalistique à la place du lecteur comme une instance qui répond aux réclamations formulées par les lecteurs. Ces dispositions ont des répercussions sur la thématique des textes, de manière que le traitement de l'information publié pendant la semaine écoulée et l'événement le plus important survenu entre deux chroniques sont les principaux sujets des chroniques de l'*ombudsman* du *Folha*. Le médiateur du *Monde* se positionne diversement comme un mécanisme d'interaction entre la rédaction et les lecteurs, et les chroniques des titulaires de la fonction sont préférentiellement consacrées à l'explication des critères rédactionnels et éditoriaux qui ont présidé à la sélection de l'information, ce qui le conduit à presque toujours reprendre et répondre à une réclamation de lecteur. Des 195 textes du médiateur parus d'avril 1994 à juin 1999, six chroniques (3,1%) se gardent de mentionner les communications des lecteurs.

Dans le texte hebdomadaire qu'il fait publier, l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* se permet ordinairement d'exécuter par lui-même l'analyse critique du quotidien ; c'est moins le courrier et

les appels téléphoniques des lecteurs qui pouvoient aux sujets de ses chroniques que son expérience et son regard critique de journaliste et d'« avocat du lecteur ». Dans un premier temps, l'*ombudsman* exerçait une critique du traitement de l'événement produit par plusieurs médias, tout en concentrant son attention sur les quatre quotidiens d'information politique et générale ayant une diffusion nationale et la principale chaîne de télévision. L'appréciation des autres médias résidait notamment dans la disqualification de la concurrence, notamment l'*O Estado de S. Paulo*, le principal concurrent du *Folha de S. Paulo*. Dans les premiers temps du poste, les commentaires sur les médias concurrents ont donné lieu à de rudes polémiques entre l'*ombudsman* et certains journalistes à l'intérieur et à l'extérieur du *Folha*. Ensuite, la disqualification du journalisme pratiqué par les médias concurrents va graduellement s'éteindre et la comparaison du traitement de l'information produit par plusieurs médias prend la forme d'analyse du rendement dans le traitement d'un sujet ou d'un événement. Autrement dit, l'examen de la couverture de l'actualité du *Folha* a entre autres paramètres ce que les médias concurrents ont publié.

L'ordre de priorité attribué à la critique du traitement de l'information a d'autres implications dans la modélisation des chroniques de l'*ombudsman*. Du fait de s'ériger en tant que critique des médias, la thématique de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* est largement affectée par les contraintes temporelles ; leur production hebdomadaire est le résultat d'une réflexion aussi bien sur les pratiques journalistiques que sur l'écriture du discours de présentation des reproches. Par rapport aux autres acteurs de l'espace journalistique, le discours de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* est celui du dominant, de celui qui est à l'avant-garde des pratiques professionnelles, de celui qui se propose comme un étalon, un modèle à suivre, de celui qui se place dans la critique aux journalistes et à la concurrence, et cela de manière désobligeante et sèche.

A l'opposé, le médiateur se borne ordinairement à commenter, à répondre aux remarques exprimées par les lecteurs qui lui sont adressées par courrier, par téléphone, et, de plus en plus, par courrier électronique. Cela a des implications sur la thématique des chroniques, qui sont majoritairement extraites des plaintes des lecteurs, et sur l'absence de citations des pratiques professionnelles des médias concurrents. Dans les chroniques signées par les titulaires de la fonction, porter une appréciation sur une pratique professionnelle qui n'a pas été contestée par les réclamations des lecteurs constitue une démarche secondaire. Dans les rares moments où le médiateur du *Monde* rédige un article ne portant pas sur les plaintes des lecteurs, il procède à des réflexions sur la pratique journalistique, à partir de discussions internationales. Et ces réflexions s'appliquent à l'espace journalistique tout entier et non pas à l'analyse d'actes professionnels spécifiques. Contrairement à l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* dont l'analyse de la production de

la concurrence est une variable de l'appréciation du travail journalistique de sa rédaction, le médiateur du *Monde* se restreint à analyser seulement ce qui est publié dans son quotidien. Le médiateur peut exceptionnellement citer un média 'confrère' pour lui attribuer une information, mais sans jamais énoncer une critique sur un acte professionnel spécifique. Comme dans la chronique « La mort d'une princesse », le médiateur peut au plus condamner certaines catégories de pratiques professionnelles, tout en évitant de nommer le média considéré fautif. Dans une analyse diachronique des textes des médiateurs du *Monde*, on remarque l'évolution, au début de la fonction, d'« un discours dominé (ou qui se sent tel) qui manifeste une double inquiétude ou un double décalage par rapport à l'air du temps, aux valeurs et aux pratiques majoritaires » (Lavoine, 1995, p. 184) jusqu'à un discours qui met en valeur le succès de l'implantation de la nouvelle formule. Si A. Laurens formulait souvent une rhétorique de justification d'un modèle de journalisme du *Monde*, R. Solé se consacre davantage à l'explication, quelquefois à la dénonciation, d'une mauvaise appréciation de l'événement, et à relever des peccadilles sémantiques et syntaxiques.

12.2 Comparaison de la modélisation du médiateur de presse

La modélisation de la fonction de médiation ne prend pas forme seulement à travers la thématique, les pratiques professionnelles analysées et les modalités d'insertion des communications des lecteurs des chroniques. Les propriétés formelles de la chronique y prennent part aussi. Dès leur première apparition, en septembre 1989, les chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* sont religieusement publiées dans les éditions dominicales et sont normalement placées en page six du premier cahier. La maquette de la rubrique de l'*ombudsman* occupe la moitié d'une page standard de la chronique hebdomadaire, selon l'axe vertical. Après les fluctuations initiales qui ont fait prendre plusieurs formats au texte de la chronique, dès le début du mandat du deuxième *ombudsman* M. V. Santos, la mise en pages de sa rubrique respecte avec plus de régularité cette disposition spatiale. De même que la chronique de l'*ombudsman* a d'ordinaire paru sur la même page, de l'édition dominicale, de même la maquette de la page a été considérablement modifiée. A côté de la chronique de l'*ombudsman*, sont placés des chroniques de collaborateurs internes et externes, des articles de politique nationale, de société, de divulgation du *Folha*, des publiereportages du propre quotidien, des annonces publicitaires, y compris celles du journal.

L'exigence statutaire de produire une chronique hebdomadaire et la rigidité de la pagination s'opposent aux instabilités initiales de la mise en page et à la disparité des catégories de matériau – journalistique ou publicitaire – qui ont voisiné la chronique de l'*ombudsman*.

Entre avril 1994 et janvier 1995, la chronique du médiateur du *Monde* paraissait à la page 2 de l'édition datée de samedi. Dès sa première parution, la chronique est complétée par une sélection de courrier du lecteur. Ensemble, la chronique et le courrier des lecteurs composent une seule rubrique. A partir de janvier 1995, elles se déplacent aux pages centrales de l'édition datée dimanche-lundi. La numération de la page fluctue souvent entre les pages 9 et 16, mais plus fréquemment la chronique se trouve entre la page 13 et la page 14. La chronique du médiateur n'a pas une taille définie ; c'est au médiateur de déterminer une dimension à son article. A partir de septembre 1998, les textes de R. Solé tendent à remplir un quart de la page du quotidien. Dans la première période, la chronique partageait la plupart du temps la page 2 avec le courrier du lecteur et la rubrique de dessin « Trait libre ». Dès janvier 1995, la chronique du médiateur et le courrier du lecteur sont accompagnés par des éditoriaux, des articles de collaborateurs occasionnels et l'ours du journal. A la fin du mandat de A. Laurens et au début du mandat de T. Ferenczi, la chronique du médiateur est prise en sandwich entre l'éditorial et le courrier du lecteur. Si cet emplacement valorise les opinions des lecteurs, qui passent à côtoyer la voix officielle du journal, la proximité entre l'éditorial et la chronique du médiateur entretient des ambiguïtés : la localisation de la chronique peut être interprétée aussi bien comme le prolongement de l'opinion officielle du journal que comme un palier intermédiaire entre la direction du journal et les lecteurs. Dans cette dernière interprétation, la représentation du médiateur en tant qu'intermédiaire entre la rédaction et le lectorat en sort fortifiée, alors que dans la première interprétation, la fonction de médiateur est fortement affaiblie.

Nous pouvons ainsi évaluer la modélisation de la médiation de presse par le biais de l'entourage de la page sur laquelle figure la chronique du titulaire de la fonction. Selon Lavoine (1997, 103–104), la page du journal doit être tenue pour un ensemble, une unité fondamentale d'interprétation sur laquelle un type de contenu – informatif ou publicitaire, par exemple – contamine l'autre. Le rapprochement des contaminations entre les espaces interprétatifs existants dans les chroniques des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* fait ressortir des traits distinctifs. L'emplacement des chroniques de l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* – qui dans plusieurs éditions du journal partage la page avec des annonces publicitaires et des publiereportages des campagnes d'augmentation du lectorat – et du médiateur du *Monde* – qui à partir de janvier 1995 est publiée dans la même page que l'éditorial du journal – renforce la représentation du

premier en tant que dispositif de promotion du journal visant à gagner le public et celle du deuxième en tant que « réponse 'éditoriale' à une ou plusieurs lettres » (Lavoine, 1995, 181).

12.2.1 La mise en contexte de l'introduction de la fonction

Au Brésil, les modifications apportées par le *Folha de S. Paulo* dans la deuxième moitié des années 1980, dans lesquelles on retrouve la fonction d'*ombudsman*, se situent dans une conjoncture nationale de démocratisation politique et de restauration des libertés politiques. Après avoir réorganisé la distribution et modernisé l'imprimerie, le *Folha de S. Paulo* amorce dans la première moitié des années 1970 la mise en chantier d'un projet politico-culturel, qui prend vraiment de l'essor à la décennie suivante. Avec l'implantation du 'Projeto Folha', le *Folha* traverse une période d'accroissement de la diffusion et d'augmentation du capital symbolique du journal, se fixant parmi les quatre les plus importants quotidiens nationaux du Brésil. Cette fonction a été instaurée dans le dessein de promouvoir et d'accélérer l'adoption de la nouvelle formule éditoriale, de mesurer l'efficacité du traitement de l'information et de faire évaluer la compétence professionnelle individuelle des journalistes de la rédaction. Par l'introduction de l'*ombudsman*, le *Folha de S. Paulo* réaffirme l'intention de se particulariser de la concurrence, en s'efforçant de se positionner comme à la fois le messenger des mouvements et des changements sociaux et le leader des quotidiens nationaux, en ce qui concerne la diffusion et les méthodes de travail.

En France, l'introduction de la médiation de presse au *Monde* se situe à l'intersection d'une conjoncture de, dans l'espace journalistique, mise en lumière de dérives déontologiques, de crise de confiance des français envers les médias, de rétrécissement de la presse quotidienne, et, d'un contexte, au *Monde*, de changement de la direction, de perte de lectorat, de déficit financier. La conjoncture de crédibilité négative que les français attribuent à la presse écrite, vérifiée par des enquêtes *Sofres*, n'échappe pas aux répertoires de desseins de la médiation de presse : la dissipation de « la crise de confiance, ou la tentation de la méfiance, [qui] touchent tous les organes de presse⁹⁶ » français apparaît comme l'une des ambitions des titulaires de la fonction. L'ambition déclarée est d'établir ou de renforcer la relation avec le lectorat. L'adoption de la fonction précède et anticipe de substantiels changements de la formule éditoriale du journal, à travers la modification de la maquette et de la mise en rubrique des informations, et de réorganisation des services de la

⁹⁶ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

rédaction. Avec ces changements, les motivations du *Monde* liées, selon les analyses de Lavoinne (1995) à sa réaffirmation dans le leadership de la presse quotidienne nationale et à la reprise de la place conquise par la télévision dans l'espace journalistique français.

Par la mise en parallèle de la contextualisation de l'introduction de la fonction de médiateur dans ces deux quotidiens, nous pouvons apercevoir que le *Folha de S. Paulo* convoite une position de force et de supériorité parmi les quatre quotidiens nationaux brésiliens tandis que *Le Monde* s'efforce de récupérer la position de prédominance dans le champ journalistique. Par la suite et comme conséquence aussi bien de la reformulation du contenu rédactionnel et éditorial de ces deux quotidiens que de stratégies commerciales et de réinvestissement dans la distribution du journal, on assiste au redressement financier du *Monde*, avec une importante augmentation du tirage, et à la montée en puissance symbolique du *Folha de S. Paulo* dans le champ journalistique et la croissance du tirage, jusqu'à arriver à la place de quotidien brésilien le plus lu, position toujours instable⁹⁷. En 1993, l'*ombudsman* J. N. de Sa se réjouissait que le journal auquel elle est attachée « est en dix années passé de simple second rôle de la scène brésilienne au plus grand et plus influent journal du pays⁹⁸ », alors qu'après dix-huit mois de l'implantation de la nouvelle formule, Edwy Plenel, directeur de rédaction du *Monde*, commentait fièrement que la « nouvelle formule [...] gagne des lecteurs – la plus forte progression en pourcentage de toute la presse quotidienne depuis longtemps » (Plenel, 1996, p. 178). En somme, l'introduction des postes de médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* s'insère dans un ensemble de dispositifs de réorganisation des journaux qui ont aussitôt produit des effets positifs sur la diffusion et sur le capital symbolique de ces deux quotidiens.

12.2.2 L'appellation et la caractérisation du poste

Le choix sémantique de la désignation de la fonction n'est guère anodin. Au *Folha de S. Paulo*, en reprenant la désignation nord-américaine, l'appellation *ombudsman* met l'accent sur la représentation du lecteur : telles les significations des dictionnaires de langue⁹⁹, l'*ombudsman* est, à

⁹⁷ A la ville de São Paulo, où ces deux quotidiens font le principal de leur tirage, le leadership de la diffusion balance toujours entre le *Folha de S. Paulo* et l'*O Estado de S. Paulo*, et est tributaire du contenu rédactionnel, des petites annonces et des promotions d'incitation à l'achat par la distribution de cadeaux, notamment aux éditions dominicales. Le dimanche, dont la taille d'une édition peut facilement dépasser deux cents pages, est le principal jour de vente.

⁹⁸ « Passou de mero coadjuvante na cena brasileira a maior e mais influente jornal do país ». In: J. N. de Sa, « Ombudsman, terceiro ato », *Folha de S. Paulo*, 26/09/1993.

⁹⁹ Voir chapitre 1.

l'image d'une fonction qui est née en Suède en 1809, celui qui a reçu le pouvoir d'agir au nom de quelqu'un. Doté d'un 'mandat' non pas directement attribué par les lecteurs qu'il va représenter, mais octroyé par la direction de l'entreprise de presse, l'*ombudsman* a la faculté d'agir en faveur des lecteurs ; et il va de sa propre initiative exercer l'appréciation critique du traitement de l'information et du matériel journalistique qui paraît dans le média qui l'emploie et dans celui des médias concurrents. L'autre est le *médiateur*, celui qui s'entremet pour faciliter un accord entre deux ou plusieurs personnes ou parties ou celui qui sert d'intermédiaire entre deux parties, en l'occurrence les journalistes et les lecteurs du quotidien. Reprise de la traduction française du terme *ombudsman* déjà employée pour désigner le Médiateur de la République, l'« intercesseur gracieux entre le citoyen et l'administration¹⁰⁰ », une institution équivalente à l'*ombudsman* suédois et institué en 1973, ainsi que d'autres phénomènes sociaux de résolution de conflits entre deux parties, dont les premières expériences ont vu le jour sur le sol français au début des années 1980. Appliquée au journalisme, la terminologie française favorise l'équidistance entre les lecteurs et les journalistes. Le médiateur est l'intermédiaire entre la rédaction et les lecteurs pour résoudre les conflits entre les parties, pour en rester avec la définition élaborée par le premier médiateur du *Monde*. En France, il a été préféré un médiateur qui facilite le « dialogue » entre la rédaction et les lecteurs, de sorte que la prise en compte de réclamations des lecteurs est le principal mobile des chroniques des médiateurs du *Monde*. Les luttes symboliques pour faire valoir une appellation participent du processus d'inclusion et d'exclusion des groupements de l'espace social (Trépos, 1992 et Walter, 1995).

En outre, la définition, qui commence par l'appellation, se déploie dans les caractérisations de la fonction. L'*ombudsman* produit, indépendamment des incitations et des demandes des lecteurs, d'analyses critiques sur la couverture médiatique d'un événement et sur le traitement de l'actualité, tisse des commentaires sur le rôle de presse et sur les contraintes auxquelles est soumis le champ journalistique. Autrement dit, la modélisation intrinsèque à l'appellation *ombudsman* favorise la rhétorique de légitimation de la fonction en tant qu'instance de production de chroniques sans la condition de répondre aux communications des lecteurs. Au demeurant, chez l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, plus le thème des chroniques du médiateur est généré par une analyse du traitement de l'actualité survenue pendant la semaine écoulée, plus l'insertion des manifestations du lecteur s'y rend dispensable, voire inconciliable, c'est-à-dire que l'on discerne de l'incompatibilité entre l'examen du traitement de l'information et l'appréciation des pratiques professionnelles mises

¹⁰⁰ Concept de Médiateur de la République présent dans l'amendement parlementaire qui a créé cette institution.

en cause par les lecteurs. La production d'une analyse sur le traitement d'un événement ou de sujet dont la durée dépasse la durée quotidienne, voire la durée hebdomadaire, se fait d'ordinaire sans l'insertion de manifestations des lecteurs. Qui plus est, la manière dont sont structurés les textes de l'*ombudsman* du *Folha* rend la répartition de positions et de places entre le titulaire de la fonction, la rédaction et les lecteurs quasiment 'naturel' et 'allant de soi'. Un agencement de place dissemblable de ces dispositions courantes et, par conséquent, en contradiction avec la structure dominante des chroniques, peut alors mener l'*ombudsman* à donner des explications et signifier le caractère exceptionnel de la situation. Ainsi, dans une chronique, la place 'excessive' accordée au lecteur donne lieu à l'annonce de cette singularité.

La fonction de médiateur du *Monde* a initialement eu pour objectif d'être « l'interlocuteur privilégié des lecteurs [...] [et] réciproquement, le porte-parole des journalistes¹⁰¹ ». Le médiateur du *Monde* se préoccupe de manière prioritaire d'améliorer la relation avec la fraction du public qui accompagne le journal depuis longtemps, ces « bons lecteurs¹⁰² », ces « vieux lecteurs¹⁰³ », et de l'établir avec le nouveau public acquis suite aux changements éditoriaux et rédactionnels. Pour le faire, le médiateur se charge de transmettre et d'expliquer les points de vue et la conception du journalisme du quotidien et les changements d'orientation rédactionnelle. La représentation des lecteurs prend moins la forme de défense de leurs intérêts que de faire savoir à la rédaction leurs appréciations du travail journalistique. Et de faire se confronter, dans les chroniques, les réclamations des lecteurs et les justifications de la rédaction.

La médiation de presse est un mécanisme d'autorégulation professionnelle du journalisme par l'entreprise de presse (Charon, 2000), de sorte que la création et la continuité ou l'interruption de ce poste sont définies par la direction du média. Le 'mandat' du médiateur de presse est concédé par l'organisation, qui a la latitude de le rompre à tout moment, et il aurait, dans la majorité des cas, un 'contrat moral' qui empêcherait cet acte. Dans les deux organes de presse analysés, ni le groupe professionnel – aussi bien les organisations syndicales que les membres de la rédaction –, ni le public n'ont leur mot à dire dans le choix du titulaire et la continuité de la fonction¹⁰⁴. Au *Folha de S. Paulo*, la fonction d'*ombudsman* est pourtant régie par un statut qui fixe un mandat d'un an, renouvelable trois fois, ce qui fait un maximum de trois ans. Au *Monde*, les médiateurs n'ont pas de mandat fixe. Les deux premiers titulaires sont restés deux ans et R. Solé, désigné au poste en 1998,

¹⁰¹ In : A. Laurens, « L'échange », *Le Monde*, 02/04/1994.

¹⁰² In : A. Laurens, « Les faits et leur interprétation », *Le Monde*, 16/04/1994.

¹⁰³ In : T. Ferenczi, « Retour sur le génocide cambodgien », *Le Monde*, 14/07/1997

¹⁰⁴ Dans certains pays, la fonction de médiateur de presse peut être réglementée par la loi. En l'occurrence, l'Angleterre a adopté l'obligation d'un poste d'*ombudsman* dans les rédactions.

a commencé, à la rentrée de 2002, sa cinquième année en tant que médiateur. Tant l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* que le médiateur du *Monde* ne disposent d'aucun pouvoir de sanction, de décision, de délibération à l'égard des pratiques professionnelles. Ils peuvent tout au plus influencer et émettre leurs opinions. En ce qui concerne la rubrique du courrier du lecteur, l'*ombudsman* peut y suggérer l'insertion de lettres, alors que le médiateur est le responsable de la sélection du courrier qui y figure. Toutefois, *Le Monde* a opté pour ne pas définir par des voies statutaires les attributions de la fonction de médiateur. Ainsi, la présence de règles statutaires au *Folha de S. Paulo* est en contraste avec l'absence de statut et de mandat fixe au *Monde*. L'encadrement formel au *Folha de S. Paulo* oblige le renouvellement périodique de la fonction. A ce dispositif, il s'ajoute le fait que tous les journalistes désignés médiateurs atteignaient la quarantaine d'années, c'est-à-dire que le retour à la rédaction était certain. Au *Monde*, à défaut de statut, les médiateurs accèdent à la fonction de médiateur en fin de carrière professionnelle – comme cela a été le cas de A. Laurens – ou dans un moment assez avancé du parcours professionnel – en l'espèce, T. Ferenczi et R. Solé. Par la mise en parallèle de ces deux aspects, nous pouvons conclure que la situation française est plus confortable pour le titulaire de la fonction.

12.2.3 La distance du sujet parlant

La modélisation de la fonction de médiateur de presse se ressent également dans le positionnement du titulaire du poste envers la rédaction. S'éloigner ou s'approcher, se sentir concerné ou se mettre à l'écart du travail journalistique du média d'information, ce sont quelques manières de signaler le type de rapport que le médiateur entretient avec la rédaction. Nous allons analyser particulièrement l'emploi de pronoms des médiateurs de presse pour faire référence à la rédaction et pour émettre ses appréciations. Dans les textes des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*, lorsqu'ils vont émettre leurs jugements sur les pratiques professionnelles des journalistes, les titulaires du poste utilisent toujours 'je', ce pronom personnel de la première personne du singulier. Ce faisant, ils marquent à la fois leur distance de la rédaction du *Folha*, signalent que l'opinion émise est de leur entière responsabilité et font état de leurs actions de représentation du lecteur, comme dans ces fragments d'une chronique : « Ce sont [les rubriques] que je lis avec plus d'attention et que je critique plus soigneusement, parce que je sais qu'elles sont les plus

fondamentales pour le lecteur. [...] Au journal, j'insiste sur la nécessité de garantir au lecteur sa place dans la rubrique Painei do Leitor¹⁰⁵. »

La distanciation de la rédaction recherchée par l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* s'applique moins au médiateur du *Monde*. Lorsqu'il émet ses propres appréciations sur le traitement de l'information dans la chronique « La mort d'une princesse », T. Ferenczi utilise le pronom personnel 'nous'. C'est aussi le même pronom qu'il emploie pour faire référence à la rédaction. Ainsi, le pluriel de majesté, ou de modestie, se confond avec le collectif du journal, comme dans « ces contradicteurs jugent sévèrement l'attitude de notre journal » et « tout en comprenant les préoccupations exprimées par nos lecteurs, nous approuvons cette décision ». Il s'estime partie prenante de la rédaction. En fait, lorsqu'ils font référence à la rédaction du *Monde*, A. Laurens, T. Ferenczi et R. Solé utilisent le pronom « nous ». Leurs regards sont ceux de journalistes qui travaillent comme et avec leurs collègues du quotidien. Ils font leurs analyses au sein de la rédaction du journal et ils la représentent et partagent d'une certaine conception du journaliste que le titre revendique.

Au total, l'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* est modélisé comme une instance de critique des pratiques professionnelles qui exécute l'appréciation du traitement de l'information sans nécessairement répondre aux réclamations des lecteurs, alors que le *médiateur* du *Monde* se constitue en tant qu'un mécanisme de renforcement de la relation entre les lecteurs et le journal qui justifie les choix éditoriaux et rédactionnels de ce dernier, ce qui conduit le titulaire de la fonction à inclure presque toujours les réclamations des lecteurs dans ses chroniques.

¹⁰⁵ « São as que leio com mais atenção e critico com mais apuro, porque sei que são as mais fundamentais para o leitor. [...] Internamente, tenho insistido na necessidade de garantir ao leitor seu espaço no Painei do Leitor ». In: J. N. de Sa, « Balanço de ano novo », *Folha de S. Paulo*, 02/01/1994.

Conclusion

Au terme de ce travail, nous voulons mettre en relief quelques points de convergence et de divergence des parcours professionnels des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde*. Commençons par les trois médiateurs du *Monde* et passons ensuite par les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*. Enfin, nous allons les mettre en regard au travers de certains concepts de la sociologie des journalistes. Les trois premiers journalistes qui ont été désignés médiateurs du *Monde* sont tous issus de la rédaction du journal après au moins vingt-cinq années de travail où ils ont assumé des postes de responsabilité importants. A. Laurens a exercé les fonctions de médiateur du *Monde* d'avril 1994 jusqu'à juin 1996. Ensuite T. Ferenczi reprit le flambeau pendant la période de novembre 1996 jusqu'à juillet 1998. Dès septembre 1998, *Le Monde* a son troisième médiateur : il s'agit de R. Solé qui en septembre 2001 entamait la quatrième année de son 'mandat'. A dix-neuf ans, après son baccalauréat, A. Laurens débute en province dans le journalisme. Dix années plus tard, il arrive au *Monde* où il va travailler au service de politique intérieure (Champagne, 2000, p. 9). Dans le quotidien du soir parisien, il fait sa carrière en montant graduellement les échelons jusqu'à occuper la direction de la publication de 1982 à 1985, après avoir été adjoint au chef du service politique du *Monde*. Le futur premier médiateur du *Monde* reste aux commandes de l'entreprise pendant une période assez courte et bien trouble. Indiqué par un comité de sept sages – formé par H. Beuve-Méry, les gérants et les anciens présidents de la Société des rédacteurs du *Monde* – A. Laurens arrive à la gérance de la SARL Le Monde et à la direction de leurs publications dans des circonstances difficiles. Les finances et l'image du journal sont en baisse. Dans son plan de redressement, on discerne des mesures rédactionnelles – l'intention de lancer un supplément de fin de semaine –, ainsi qu'un plan social et des mesures de contrôle de dépenses. Sans réussir à agglutiner des intérêts catégoriels contradictoires, le nouveau gérant voit ses propositions être tour à tour rejetées. La situation empire en novembre 1984 ; un plan de redressement de A. Laurens est repoussé par toutes les instances de délibération et de décision de l'entreprise, sauf les ouvriers du livre. Bloqué le gérant donne sa

démission (Eveno, 2001). Après ce passage à la direction du *Monde*, A. Laurens retourne à la rédaction du journal. La médiation est le dernier poste qu'il occupe dans le journal ; en laissant sa fonction de médiateur à la fin juin 1996, il a pris sa retraite, alors qu'il continue à collaborer sporadiquement au titre en écrivant notamment des chroniques nécrologiques et des comptes rendus littéraires. Lorsqu'il part, le poste reste vacant pendant quatre mois, période pendant laquelle la chronique du médiateur ne figure pas dans les pages du *Monde*.

C'est seulement en novembre 1996 que T. Ferenczi prend les fonctions de médiateur. Cet intervalle de temps pendant lequel la fonction a été vacante indique que le processus de nomination du prochain médiateur était bloqué. Pour le remettre en marche, c'est T. Ferenczi lui-même qui pose sa candidature (Champagne, 2000, p. 9). Né à l'Alger, en 1944, et fils de journaliste, il arrive au *Monde* en 1971, à 27 ans, après avoir fréquenté l'Ecole Normale Supérieure, être en possession d'une agrégation de lettres classiques et avoir eu une rapide expérience professionnelle à l'université. Dans la rédaction, il remplit successivement les fonctions de rédacteur du service politique, de chef adjoint du service culturel, de correspondant à Moscou, de directeur de la rédaction, responsable du supplément « Radio-Télévision », de critique au « Monde des livres », de chef du service politique, de rédacteur en chef et de directeur-adjoint de la rédaction. A 52 ans, il est le deuxième médiateur du *Monde*. Au terme de son mandat de deux années, il part pour une année sabbatique d'études aux Etats-Unis et ensuite il retrouve son poste de directeur adjoint de la rédaction. T. Ferenczi est auteur d'ouvrages sur la politique et sur le journalisme : *Chronique d'un septennat* (1988), *Défense du consensus* (1989) *L'invention du journalisme* (1993), *Ils l'ont tué ! L'affaire Salengro* (1995)¹.

Parmi les personnes qui ont occupé la fonction, le troisième médiateur du *Monde* est l'unique à avoir fréquenté une grande école de journalisme ; à 23 ans, il vient d'obtenir le diplôme de l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille lorsqu'il entre au *Monde*, qui passe par une phase d'augmentation du lectorat et, par conséquent, d'embauche de journalistes. Et il est admis par ce journal, où il construit toute sa carrière de journaliste. Avec l'arrivée de Colombani, R. Solé assume, à côté de T. Ferenczi, la direction-adjointe de la rédaction. En tant que médiateur, à partir de septembre 1998, il s'occupe parallèlement du développement des opérations éditoriales du titre². Né au Caire en 1946, R. Solé est également écrivain, dont

¹ In : Champagne (2000, p. 9) et « T. Ferenczi est nommé médiateur du *Monde* », *Le Monde*, 07/11/1996.

² In : Champagne (2000, p. 10) et « Au 'Monde' Jean-Marie Colombani nomme l'équipe de direction de la rédaction », *Le Monde*, 23/03/1994.

les livres sur l'Égypte ont reçu deux prix littéraires : prix Méditerranée, avec *Tarbouche* (1992), Prix Jules Verne, avec *Egypte, passion française* (1998). Ainsi, ils sont tous intéressés par l'espace littéraire, soit comme écrivains, soit comme critique littéraire. Hormis le passage de A. Laurens par la presse de province, les trois médiateurs du *Monde* ont accompli leur parcours professionnel au *Monde*. Leurs expériences professionnelles passent notamment par des postes ayant la responsabilité de sélectionner et de mettre en forme le matériel journalistique produit par d'autres journalistes.

Au *Folha de S. Paulo*, les premiers occupants de la fonction, C. T. Costa (de septembre 1989 à août 1991), M. V. Santos (de septembre 1991 à août 1993 et de janvier 1997 à décembre 1997), J. N. de Sa (de septembre 1993 à août 1994), M. Leite (septembre 1994 à décembre 1996), R. Lo Prete (de mars 1998 à mars 2001) et B. Ajzenberg (à partir de mars 2001) sont tous des journalistes qui avaient, au moment de leur nomination entre trente et quarante ans, une rapide ascension dans le quotidien et des passages aux postes de décideurs. Ils ont avoué ou avouent une synergie avec les changements éditoriaux survenus dès la décennie de 1980 et de l'adhésion aux préceptes du manuel de rédaction du *Folha*. Hormis C. T. Costa, qui en 1982 occupait déjà les fonctions de secrétaire de rédaction du journal, les *ombudsmans* ont été engagés par le journal peu avant ou pendant l'introduction du « Projeto *Folha* ». Durant les mille premiers jours de l'implantation des changements, le taux de licenciement dans le journal a été d'une personne tous les 2,1 jours (Lins da Silva, 1988, p. 156). Les journalistes qui demeuraient étaient ceux qui s'adaptaient le mieux aux pratiques professionnelles demandées par les normes de la rédaction et qui partageaient le projet éditorial du journal.

C. T. Costa, le premier *ombudsman* du *Folha de S. Paulo* a débuté la vie professionnelle dans les rédactions des périodiques 'alternatifs', comme *Acesso*, *Dois Pontos* et *O Beijo* et a été enseignant à l'école de Journalisme de la *Pontifícia Universidade Católica de São Paulo*. Au *Folha de S. Paulo*, avant d'accéder à la fonction d'*ombudsman*, il a été rédacteur en chef du supplément culturel *Ilustrada*, secrétaire de rédaction pendant cinq ans et correspondant du quotidien en France. A trente-cinq ans, et seize années de journalisme, il assume la charge d'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo*. Après avoir laissé ce poste, il devient directeur des « *Revistas da Folha* ». Pendant deux mois, d'octobre à décembre 1995, il se partage entre la direction des « *Revistas da Folha* » et la direction-exécutive du « *Folha On line* », service Internet du quotidien. Avec la fusion du service Internet du quotidien *Folha* et de la maison

d'édition Abril³, et la création de l'entreprise fournisseur d'accès Internet et éditrice de la version électronique de diverses publications brésiliennes *Universo On Line*, C. T. Costa passe à occuper la direction-exécutive de la nouvelle entreprise.

Le deuxième et cinquième *ombudsman* du *Folha de S. Paulo*, M. V. Santos a été engagé par le *Folha* en 1984 en tant que rédacteur de la rubrique « Mundo » (« Monde »). Avant d'être nommé *ombudsman*, il a été adjoint du rédacteur en chef et rédacteur en chef de la rubrique Esporte, directeur-exécutif des bureaux du journal à Brasilia et secrétaire de rédaction. M. V. Santos a dirigé la commission de rédaction de la deuxième version du livre de style du quotidien, le *Novo Manual da Folha*, lancé en 1992. Entre ses deux mandats d'*ombudsman*, il a été reporter du secrétariat de Rédaction et a assumé la rédaction de « Revistas da Folha ». En 1997, il est de retour à la fonction d'*ombudsman*, où il reste jusqu'à décembre 1998. A cette époque, il a occupé de nouveau les fonctions de reporter attaché au secrétariat de Rédaction. Il a laissé le titre en janvier 1999 pour préparer un diplôme de troisième cycle.

Nommée en septembre 1993, la journaliste J. N. de Sa a été l'unique personne à rester une année en fonction. Sa carrière professionnelle a débuté, en 1984, dans les rédactions du *Folha de S. Paulo*. Par la suite, elle est engagée chez Abril⁴, où elle a été rédactrice en chef adjointe et rédactrice en chef du magazine *Veja em São Paulo*⁵. En 1990, toujours dans le groupe Abril, elle devient directrice-exécutive du magazine *Exame*⁶. Ses fonctions dans le groupe *Folha da Manhã*, propriétaire du *Folha de S. Paulo*, avant d'être nommé *ombudsman*, ont été la direction de l'Agência Folha, l'agence de presse du groupe Folha, en 1991 et la rédaction en chef du quotidien *Folha da Tarde*⁷. Après son expérience d'*ombudsman*, elle demeure quelques mois dans la rédaction du *Folha de S. Paulo* et, par la suite, laisse le groupe *Folha*. Ensuite, elle retourne chez Abril et passe à occuper la fonction de directrice des Relations Extérieures du groupe.

En 1994, M. Leite est parvenu à la fonction d'*ombudsman* du *Folha*. Il est admis, par concours, au *Folha*, en 1986. En trois ans, il occupe les fonctions de rédacteur de la rubrique « Educação e Ciências » (« Education et Sciences »), de rédacteur en chef de cette rubrique,

³ Editrice de la presse périodique, qui va de newsmagazine jusqu'à la presse spécialisée, en passant par de bandes dessinées.

⁴ Groupe de presse périodique et spécialisée brésilien.

⁵ Supplément de la *newsmagazine* hebdomadaire *Veja*, il circule seulement dans les éditions diffusées dans l'état de São Paulo.

⁶ Magazine hebdomadaire d'information générale et financière.

⁷ Quotidien populaire du soir édité par l'entreprise *Folha da Manhã*. Ce quotidien a disparu et a été remplacé par une nouvelle publication, *Agora São Paulo*.

de secrétaire-adjoint de rédaction et de rédacteur en chef des rubriques « Política » (« Politique »), « Opinião » (« Opinion ») et « Exterior » (« Etranger »). En 1989, la Fondation Krupp lui accorde une bourse de journalisme scientifique en Allemagne. En mars 1990, au terme de sa bourse, il demeure en Allemagne en tant que correspondant du *Folha*. A son retour au Brésil, il occupe la rédaction en chef des rubriques Sciences, Opinion et Etranger et Science. En 1992, sous la direction de M. V. Santos, il a participé à la commission de rédaction du *Novo Manual da Redação*. Il assumait le poste de rédacteur spécial lorsque on lui a confié la fonction d'ombudsman. Après avoir laissé cette fonction, il a été nommé Directeur de Training, fonction qu'il exerce jusqu'à août 1997 quand il laisse le titre pour faire des études aux Etats-Unis. Au début 2000, il est collaborateur du *Folha*.

R. Lo Prete est nommée au poste d'ombudsman du *Folha de S. Paulo* en février 1998, à 34 ans. Elle a fait ses premiers pas dans le journalisme en tant que reporter du service culturel du *Jornal da Tarde*, quotidien du soir du groupe *O Estado de S. Paulo*. En 1986, à 22 ans, elle est engagée comme reporter du service culturel du *Folha*. Ensuite elle est correspondante du journal à New York, rédactrice en chef adjoint du service étranger et rédactrice en chef. En 1991, elle arrive au secrétariat adjoint de rédaction, responsable de la Une du quotidien, fonction qu'elle occupe avant d'être désignée ombudsman du *Folha*⁸.

En mars 2001, à l'âge de quarante-deux ans, B. Ajzenberg a laissé le poste de directeur de contenu du *Folha Online*, site Internet du *Folha de S. Paulo*, pour assumer le poste d'ombudsman. Parmi les ombudsmans de *Folha de S. Paulo*, il est le seul qui disposait d'une expérience dans les services administratifs des entreprises du groupe *Folha* avant de prendre les fonctions d'ombudsman. Journaliste en activité dès 1976, il a été engagé par le *Folha de S. Paulo* en avril 1985 en tant que rédacteur du service d'« Educação e Ciência ». Jusqu'à la mi 1987, il est parti et revenu trois fois dans les rédactions de ce quotidien. En juillet 1987, il prend les fonctions de rédacteur de la « Primeira Página » (« Une »). L'année suivante, B. Ajzenberg est parvenu aux fonctions de secrétaire-adjoint de la rédaction et rédacteur en chef de la Une. En 1991, il passe à s'occuper du service administratif du secrétariat de rédaction et de la direction de l'Agência *Folha*. En 2000, il arrive au *Folha Online*⁹.

⁸ In : « Nova ombudsman da Folha assume no dia 2 de março » (« Nouvelle ombudsman du *Folha* est nommé le 2 mars »), *Folha de S. Paulo*, 18/01/1998.

⁹ In : « Novo ombudsman da Folha assume amanhã » (« Nouvel ombudsman du *Folha* est nommé demain »), *Folha de S. Paulo*, 11/03/2001.

Catégories de tâches journalistiques

Dans la répartition du travail dans une rédaction, certains chercheurs ont établi une ligne de clivage des tâches journalistiques, en opposant le journaliste « *gatherers* » à celui « *processor* » et le journaliste « debout » à celui « assis ». Auteur d'articles d'examen critique de travaux anglo-saxons, E. Neveu rapporte les concepts de Tunstall : les *gatherers* sont de « hommes de terrain ou spécialistes d'un secteur, qui collectent l'information et proposent dépêches ou articles », tandis que les *processors* travaillent dans la rédaction et s'occupent du tri, de la réécriture et de la mise en forme des informations apportées par ceux qui étaient sur le terrain (Neveu, 1993, p. 11). La différenciation établie par M. Mathien insiste sur la hiérarchie de tâches et de fonction dans une rédaction ; il distingue essentiellement deux grandes catégories de journalistes : « le journaliste 'assis' est souvent en position de décideur, à défaut d'avoir un titre hiérarchique [...] alors que le journaliste 'debout' est en position d'exécutant [...]. Il couvre un événement qui lui a été demandé, ou dont l'initiative lui revient, mais dont l'exploitation est décidée par un autre (chef de service) » (Mathien, 1992, p. 148). Quand bien même les premiers n'ont quotidiennement pas un contact direct avec le terrain, ils sont des spécialistes de la forme et du traitement de données. Les mutations du travail journalistique ont fait le clivage entre les journalistes assis et debout perdre de sa pertinence. Par exemple, l'actuelle organisation des rédactions mène les journalistes *gatherers* à rendre à la rédaction un texte bien normalisé (Neveu, 2001, p. 47).

Nous tenons pourtant pour productive cette distinction de la division des tâches journalistiques dans l'appréhension de la position du médiateur de presse au sein des rédactions. Cette distinction est notamment remarquée dans le profil et le parcours professionnel de certains des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde*. Pour J.-F. Tétu et M. Mouillaud, l'écart entre les journalistes de terrain et les journalistes de la rédaction rend réalisable la mise en distance des événements, dont le reporter se laisse imprégner, si bien que, selon les auteurs, « la rédaction a d'abord une fonction de distanciation par rapport à ce qui lui parvient : elle fait des vérifications, évite les répétitions, demande des explications, etc. » (Tétu et Mouillaud, 1989, p. 46).

Sans aucune relation quotidienne avec le terrain, le médiateur de presse se rapproche le plus d'un journaliste « assis » ou un « *processor* ». De fait, il ne se rend pas sur le terrain, c'est-à-dire les lieux où surviennent les faits et les événements, il ne réalise pas de reportage.

Sa routine de travail comprend la lecture des éditions quotidiennes de la publication qui l'a engagé et, au cas échéant, d'autres journaux, la réception des communications des lecteurs et l'enquête sur leurs plaintes. Mais, distinctement d'autres métiers classés comme « assis » ou « *processor* », le médiateur de presse n'occupe pas de fonctions d'orientation de la ligne éditoriale, n'est pas chargé de prendre de décisions éditoriales et de management, de sélectionner, de réécrire ou de mettre en forme et en pages ce que les autres ont précédemment produit, de même qu'il est quotidiennement affranchi des contraintes horaires de bouclage de journal. En fait, tout au plus, il est l'auteur d'une chronique, dont la périodicité peut être hebdomadaire ou davantage échelonnée. Pour conduire une enquête, il peut occasionnellement prendre contact avec les acteurs sociaux dont les textes journalistiques parlent ou les journalistes dont le travail a été mis en question par le lecteur. Mais, il ne sort guère de ses bureaux pour procéder à ses enquêtes journalistiques.

Au demeurant, si le clivage entre le *processor* et le *gatherer* ne tient pas compte de la spécificité des tâches accomplies par le médiateur par rapport aux postes de la rédaction, elle concourt à comprendre le parcours professionnel des journalistes qui sont devenus des médiateurs. Les *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo* et les médiateurs du *Monde* ont, antérieurement à leur nomination à cette fonction, occupé longtemps des tâches de mise en forme. Ces détails ne sont pas dépourvus de signification. Ils possèdent une maîtrise de techniques de mise en forme et peuvent être le « corollaire d'un statut hiérarchique qui leur donne une forme de privilège de production d'un métadiscours de commentaire ou d'éditorial, les dégage des tâches humbles et contraignantes pour resserrer leur activité au contact d'interlocuteurs prestigieux » (Neveu, 2001, p. 47).

Ce sont des journalistes ayant ces profils professionnels qui ont été prioritairement nommés en tant que médiateurs de presse dans les deux journaux étudiés. Les titulaires de la fonction d'*ombudsman* du *Folha de S. Paulo* avaient moins de quinze ans de rédaction au moment de leur nomination au poste de médiateur. A l'exception de C. T. Costa, qui, en 1981, était le rédacteur en chef de l'*Ilustrada*, le supplément culturel du *Folha*, les *ombudsmans* ont été engagés par le journal peu avant ou pendant l'introduction du « Projeto Folha », entre les années 1984 et 1986. D'une manière générale, avant d'être nommés à ce poste, les titulaires de la fonction ont très vite monté dans la hiérarchie de l'entreprise et ont plutôt exercé des fonctions de mise en forme plus que de reportage. Ainsi, ils ont essentiellement occupé des fonctions de journalistes « assis ». Au moment où ils ont été désignés à ce poste, les médiateurs du *Monde* comptaient une trentaine d'années à la rédaction. A. Laurens a

d'ailleurs occupé la plus importante fonction de la rédaction : de mai 1982 à janvier 1985, il a été le gérant et le directeur des publications de la SARL Le Monde, c'est-à-dire celui qui est aux commandes du quotidien et des autres titres de l'entreprise. Dès l'élection de J.-M. Colombani à la direction du journal, en mars 1994, T. Ferenczi et R. Solé sont nommés adjoints au directeur de la rédaction. De ce parcours professionnel, nous pouvons retirer deux conclusions. La première concerne le degré d'indépendance et de contrôle des médiateurs de presse face à la direction de l'entreprise de presse. La deuxième a trait à ce type de jugement du travail journalistique produit par les médiateurs de presse.

L'un des traits professionnels partagés par tous les médiateurs de presse qui sont passés par le *Folha de S. Paulo* et *Le Monde* est assurément l'appartenance à l'élite du journalisme, à ceux occupent des postes de direction dans les titres de la presse écrite les plus réputés de leurs pays. Ainsi, nous nous aiderons du schéma d'interprétation des stratégies de *L'Elite du journalisme* pour faire état de leur désaccord face aux informateurs, au public, aux concurrents ou à l'entreprise de presse formulé par R. Rieffel (1984) pour appréhender le degré d'autonomie et de contrôle des médiateurs de presse. L'auteur distingue trois grandes catégories de stratégies – la désertion, la protestation et la loyauté –, tout en rappelant que « la régulation passe à la fois par les individus, pris comme tels (tantôt agents, tantôt acteurs) et par le système de rapport de forces ou d'interactions avec les informateurs, le public, les confrères et l'organisation : le fonctionnement du champ ne prend dès lors son sens qu'au travers des liens de domination et d'interdépendance » (Rieffel, 1984, p. 153). La désertion, qui est l'option de quitter l'entreprise de presse lorsque l'on est frappé par le doute ou le mécontentement. La protestation consiste à prendre la parole, par des actions individuelles ou collectives, dans le but faire savoir les raisons de l'insatisfaction et de mobiliser l'opinion publique. La loyauté est l'alternative adoptée pour ne pas subir les coûts d'un départ ni d'une protestation. Les années que les médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* ont passées dans les rédactions des deux titres gravissant les échelons de la hiérarchie paraissent leur avoir donné la certitude du bien fondé des méthodes de travail et de l'orientation éditoriale de 'leurs' quotidiens. Par de petites phrases ou par des déclarations péremptoires, ils avouent qu'ils ne sauraient pas évoluer dans d'autres rédactions, dès lors que, selon eux, leurs quotidiens parviennent à des principes d'excellence supérieurs aux autres quotidiens de leurs espaces journalistiques. Dans les deux quotidiens analysés, la direction a fait l'option pour le poste de médiateur de presse d'un journaliste *insider*, c'est-à-dire dans leurs propres rangs. Ce sont des professionnels qui avant leur nomination à cette fonction ont indubitablement fait

preuve de loyauté envers l'entreprise de presse. En fait, la loyauté n'est pas semblable au loyalisme, à l'appui inconditionnel ; il existe toujours des formes de résistance, bien que ces journalistes de l'élite manifestent des formes de conformité et d'accommodement à la direction de l'entreprise de presse dans leurs pratiques professionnelles quotidiennes.

Pourtant, les parcours professionnels des médiateurs de presse du *Folha de S. Paulo* et du *Monde* permettent de profiler certaines distinctions entre ces deux modèles. Dans un article sur les mutations de l'espace journalistique, Y. Lavoine (1991) procède à la systématisation des changements dans les tâches d'une rédaction journalistique lorsque l'on passe d'une logique de l'information à une logique de la communication. Il est tout à faire banal de dire que l'introduction de la fonction de médiateur de presse dans les rédactions est un signe de ce passage et représente l'entrée du journaliste dans l'ère de la communication dans laquelle les pratiques professionnelles remplacent le modèle la diffusion, spécifique du modèle de l'information, par « une rhétorique de l'allocution, de l'adresse, de la mise en scène linguistique du destinataire » (Lavoine, 1991, p. 153) qui caractérise le modèle de communication. Il l'est déjà moins de remarquer que les différences de parcours professionnels qui entraînent la distinction de modélisation de la fonction dans les deux quotidiens peuvent être appréhendées comme résultant de l'adoption des modèles de l'information et de communication par le *Folha de S. Paulo* et *Le Monde*.

Dans les chroniques des *ombudsmans* du *Folha de S. Paulo*, sont aisément discernables l'investissement dans les tâches journalistiques de mise en forme – graphique, linguistique et iconique – et de traitement de données, dont les critères d'appréciation sont attachés à l'efficacité et au rendement du traitement de l'information. Autrement dit, les titulaires de la fonction d'*ombudsman* du *Folha* apprécient les pratiques professionnelles par le biais de pratiques et de valeurs professionnelles caractéristiques du modèle de la communication, de sorte que leurs parcours professionnels, qui en font des spécialistes de la forme ont de fortes incidences sur la modélisation des chroniques qu'ils produisent chaque semaine. Chez le médiateur du *Monde*, le basculement dans le modèle de la communication est plus lent. La rhétorique professionnelle des titulaires de ce poste est fondée sur un compromis entre le modèle d'information et le modèle de communication. Quand bien même les médiateurs du *Monde* se montrent sensibles à la mise en forme du travail journalistique, c'est-à-dire à la linguistique et au graphique et aux dispositifs d'interlocution comme l'emploi de « Je¹⁰ » et

¹⁰ En fait, A. Laurens n'a jamais employé le pronom personnel 'je' et ses dérivés, alors que dans ses 84 chroniques de médiateur, parues pendant deux années, T. Ferenczi n'en fait qu'une seule fois l'usage. C'était à

« Vous », ils utilisent bien souvent des critères d'appréciation propres au modèle de l'information. Dans les textes des médiateurs du *Monde*, A. Laurens, T. Ferenczi et R. Solé sont souvent confrontés à des remarques des lecteurs insatisfaits des choix éditoriaux ; leurs réponses tendent à légitimer le journaliste en tant que sélectionneur des informations 'citoyennes', l'une des particularités du modèle de l'information. Il est indéniable qu'au *Folha de S. Paulo* et au *Monde* coexistent les modèles de l'information et de la communication. Toutefois, la réappropriation des valeurs professionnelles symptomatiques du modèle de la communication est plus forte au premier qu'au deuxième. Les raisons vont du parcours des entreprises de presse dans chaque espace journalistique et le degré d'autonomie des acteurs sociaux. Au demeurant, on ressort la notion de régulation pour laquelle les rapports de force entre les différents acteurs et les interactions des sources d'information, du public, de l'entreprise de presse et des journalistes doivent être prises en compte pour comprendre les liens d'interdépendance de la régulation d'un groupe professionnel.

Un médiateur pour crédibiliser

L'analyse comparative de la modélisation de la fonction de médiateur au *Folha de S. Paulo* et au *Monde* fait ressortir la vigueur d'un de ses principes de légitimation, qui est aussi l'un de ses principes de dénonciation, traversant d'autres postes de médiateur de presse : il est question de la rentabilité et de l'efficacité de la fonction. Autrement dit, l'argument que la fonction de médiateur de presse est ou non un mécanisme efficace d'augmentation de la crédibilité du média, de régulation déontologique et d'amélioration des pratiques professionnelles des journalistes parcourt la médiation de presse. De fait, la présence du poste dans une rédaction est perçue comme un élément pour crédibiliser le média d'information, c'est-à-dire que le médiateur serait, par ses fonctions de réception et de traitement des

sa dernière chronique, du 27/07/1998, intitulée « Fin de mandat » ; il l'a choisie pour personnifier la fonction de médiateur ; c'était le moment de répondre personnellement aux critiques du sociologue P. Bourdieu adressées nominalement à T. Ferenczi : « Au moment où s'achève mon mandat de médiateur, il me paraît utile de réfléchir, une fois de plus, sur l'exercice de cette fonction. [...] Pierre Bourdieu me reproche d'avoir tardé à reconnaître ce changement¹⁰ » du *Monde*. Jusqu'alors T. Ferenczi se servait constamment de « notre journal » pour désigner *Le Monde*. Ainsi, la distance qu'il avait construite en utilisant le pronom « nous » pour émettre ses appréciations tombe lorsqu'il s'expose à répondre à la critique du sociologue P. Bourdieu. Contrairement à ses prédécesseurs, R. Solé, dès sa première chronique fait usage du « je ».

critiques des lecteurs et de rédaction d'une chronique périodique, un facteur d'augmentation de la crédibilité des médias.

Dans le raisonnement formalisé par les agents professionnels, l'augmentation de la crédibilité provoquée par la présence d'un médiateur de presse dans les rédactions se fonde par le fait que la réponse (écrite ou orale) qu'il produit et transmet au public aurait l'effet de convaincre le second que les pratiques professionnelles mises en cause étaient justes, au mieux, et de démontrer la disposition du média à faire face à ses faiblesses, au pire. Dans la documentation analysée, les agents professionnels de la médiation de presse développent une approche strictement empirique de la crédibilité et tendent à la considérer comme une équation arithmétique. Chaque faute d'information – ou chaque dérapage déontologique ou chaque information partielle – opérerait une soustraction de la crédibilité du média d'information. Cette conception de la crédibilité prend appui sur certaines études de linguistique sur l'écriture journalistique pour lesquelles la crédibilité est attachée à la capacité du récepteur du message de vérifier la véracité des propos tenus par une instance, voire, de s'associer et d'adhérer au message. Pour cela, il suffirait « d'apporter la preuve de ce dire vrai, lequel peut être considéré de deux points de vue : celui de l'existence même des êtres et des faits dont il est question, celui de l'explication apportée pour donner une raison d'être aux faits » (Charaudeau, 1995, 16).

Or, d'autres domaines de connaissances complexifient cette équation, en introduisant de nouvelles variables. L'herméneutique isole le vraisemblable et la preuve du dire vrai. Pour P. Ricœur, la problématique du vraisemblable, aussi bien dans la fiction que dans l'histoire, n'est pas constituée que de la logique narrative. Elle ne ressort pas uniquement de la seule logique narrative mais s'organise dans un ensemble de croyances, jugements, attentes extratextuelles auxquels le texte ne peut pas échapper. Ainsi, « la composition de l'intrigue est enracinée dans une pré-compréhension du monde de l'action : de ses structures intelligibles, de ses ressources symboliques et de son caractère temporel' » (Ricœur, 1983, p. 109). La crédibilité peut aussi être envisagée comme une croyance qui ne pourrait pas s'amorcer et se désamorcer par le simple acte de dire. Avec de Certeau, nous pouvons affirmer que la « croyance », qui vient à être « non l'objet du croire (un dogme, un programme, etc.), mais l'investissement des sujets dans une proposition, l'acte de l'énoncer en la croyant vraie – autrement dit, une 'modalité' de l'affirmation et non pas son contenu » (Certeau, 1978, p. 12).

La critique de la rentabilité

Toutefois, il n'est pas très difficile de retrouver dans ces chroniques des médiateurs de presse de constantes références à la faible action des titulaires de la fonction dans le changement des pratiques professionnelles des rédactions où ils opèrent. Leurs chroniques peuvent ainsi apporter des exemples de remarques de lecteurs sur l'inefficacité et le manque de rentabilité du poste ou sur l'exercice professionnel peu intéressé dans la suppression de fautes déontologiques. Par exemple, dans la chronique du médiateur du *Monde* « Regards croisés », datée du 29/04/2001, R. Solé rapporte, une fois de plus, des critiques reçues sur sa fonction : l'article « A quoi sert Robert Solé ? », du bulletin *Best Regards*, de l'association Ocsena, constatait que ce médiateur « semble s'être spécialisé dans l'orthographe, le bien-parler – bien-écrire », au lieu de s'occuper des vrais dérapages et complaisances de son journal¹¹ ».

Les constatations du manque d'efficacité de la fonction peuvent émaner également des titulaires des postes de médiateur de presse. Dans sa chronique « O lugar da notícia » (« La place de la nouvelle »), du 09/04/2001, la troisième *provedora dos leitores*, do *Diário de Notícias*, E. Serrano, nommée depuis une semaine, rapporte des fragments de la dernière chronique du douzième *ombudsman* du *Washington Post*. Le 15/10/2000, E. R. Shipp a fait ses adieux en inventoriant quelques problèmes persistants dans le journal, malgré trente années de médiation. Ce sont des problèmes déjà détectés par ses prédécesseurs et que les réclamations des lecteurs et les appréciations de l'*ombudsman* n'ont pas réussi à éradiquer : la discourtoisie avec laquelle les journalistes accueillent les lecteurs plaignants ; l'arrogance des journalistes à admettre leurs fautes et leurs erreurs ; la partialité de certains textes journalistiques ; les connaissances lacunaires des journalistes dans le domaine de l'histoire, de la géographie et de l'arithmétique¹². En fait, la rhétorique de légitimation et de justification de la médiation de presse repose sur la faculté que le titulaire de la fonction aurait de modifier positivement les pratiques professionnelles des journalistes. Ces dispositifs qui fondent ce compromis le rendent fragile : l'association d'une dimension déontologique à une dimension industrielle – l'efficacité – n'est pas aisément réalisable, ce qui affaiblit la légitimation de la médiation de presse. Ainsi, nous nous sommes conduits à ne pas analyser la régulation

¹¹ In: R. Solé « Regards croisés », *Le Monde*, 29/04/2001.

¹² In: E. R. Shipp « 'So long' », *Washington Post*, 15/10/2000.

exercée par le médiateur de presse sous le paradigme de l'efficacité, mais à l'examen de la fonction comme un composant de la dynamique de la régulation. Les écrits sur le médiateur de presse tendent à diagnostiquer l'efficacité de la fonction dans son rôle de régulateur des pratiques professionnelles des journalistes, au risque de centrer la régulation sur un seul agent social et de ne pas considérer l'interaction avec d'autres pôles de régulation.

La régulation déontologique chez les médecins

Par analogie avec un autre groupe professionnel, nous voulons tisser une problématique de la régulation déontologique des groupes professionnels. L'étude de E. Freidson (1984) sur la médecine peut éclaircir bien les questions de la place de la déontologie dans la régulation d'un groupe professionnel. E. Freidson amorce son ouvrage par la manière dont les médecins ont réussi à convaincre le public de leur compétence professionnelle. Certains attributs du type idéal des professions – le cursus universitaire long, dont dérive un savoir qui n'est détenu que par ceux qui l'ont suivi, la constitution d'associations professionnelles, un statut social solide – n'ont pas pu assurer, selon l'auteur, la confiance du public dans la compétence du groupe. L'auteur situe le début de ses réflexions à la fin du XIX^e siècle, quand, en ce qui concerne la croyance du public dans leurs capacités de guérison, rien ne différencie les médecins et les sorciers azandés, d'Afrique orientale¹³. De plus, l'efficacité des premiers était équivalente à celle des seconds.

Dans plusieurs pays, à partir de la fin du XIX^e siècle, les médecins avaient conquis le monopole des activités de soin, mais cela n'a pas non plus été suffisant pour leur attirer des clients. Les avancements scientifiques et les développements techniques ont amélioré les conditions de la pratique médicale et ont apporté davantage de bons résultats dans le traitement des malades. Toutefois, il restait toujours à convaincre les personnes de s'adresser à un médecin, et il fallait créer une clientèle, ce que l'autorisation d'exercer sous condition de diplôme ne pouvait pas faire toute seule. L'approche de E. Freidson sépare la capacité de conviction du public de la détention d'un diplôme et du rassemblement des membres du groupe dans une association. De fait, la réduction des risques d'accidents, la sanction des

¹³ E. Freidson (1985) reprend l'étude de E. E. Evans-Pritchard (1937) *Witchcraft, oracles and magic among the Azande*. Oxford : Clarendon Press ; traduction française : (1972) *Sorcellerie, oracles et magie chez les Azandé*. Paris : Gallimard.

fautes professionnelles et l'appréciation des pratiques professionnelles mises en chantier par les instances de contrôle des activités médicales sont la source de la constitution et de la stabilisation de la confiance du public. Or, dans son examen des travaux sociologiques sur les activités professionnelles des médecins et d'une enquête sur le terrain dans un hôpital, E. Freidson constate une grande variété de situations de travail et une similitude : les commissions de contrôle, dont les rapports sont diffusés de manière numériquement insuffisante, sont difficilement accessibles et sont presque toujours contraires aux décisions des médecins, n'exercent pas un réel contrôle des activités professionnelles, alors que le contrôle externe, opéré par les clients et l'Etat reste sans portée. Bref, « les seuls contrôles apparents sont ceux que les médecins exercent, de façon informelle, les uns sur les autres ». En ce qui concerne la régulation d'un groupe professionnel, E. Freidson accorde plus d'importance aux conditions économiques et sociales qu'aux principes professionnels formalisés dans les chartes de déontologie. Les conditions économiques sont composées par la disparité des revenus des membres du groupe par rapport aux autres groupes professionnels, les modalités et l'origine de la rémunération des membres du groupe. Ayant une modalité de rémunération semblable, des différences de milieux de travail entraîneront des conditions sociales de travail distinctes. En outre, E. Freidson considère que les choix déontologiques ne sont pas guidés par les acquis scientifiques du groupe professionnel. Pour prendre leurs décisions, les praticiens puisent préférentiellement dans l'expérience personnelle, dans la sagesse. Ce faisant, ils s'adonnent non pas à l'« application de règles logiques et de démonstrations, mais plutôt [à] la convergence de perspectives sociales ».

Cette disposition est contradictoire avec les acquis scientifiques et la systématisation des activités du groupe professionnel, c'est-à-dire que « c'est exactement l'inverse de l'accent mis par la science sur le savoir mis en commun, recueilli et vérifié grâce à des méthodes qui ont pour objet de surmonter les déficiences de l'expérience individuelle » (Freidson, 1984, p. 337). Néanmoins, c'est en se prévalant d'une compétence professionnelle appuyée sur un savoir positif, neutre, fiable et universel que ses membres peuvent revendiquer l'autonomie professionnelle pour déterminer la teneur de leur travail. Outre la science et la compétence, l'aspiration à l'autonomie professionnelle consiste à être au service des usagers : « elle a une autre prétention capitale : elle prétend être une profession dont le but est de servir, une profession morale ». Ainsi, dans la rhétorique de justification de l'autorégulation professionnelle, « une compétence spécialisée que personne d'autre ne possède » constitue la première exigence, « alors que la moralité est l'exigence préalable pour que l'on vous fasse

confiance pour contrôler vos conditions de travail sans que vous en preniez avantage ». Pour l'auteur, la moralité d'un groupe professionnel, dont témoignent des dispositifs comme les codes de déontologie, les serments, se focalise plutôt sur les « bonnes intentions » des praticiens.

Plusieurs facteurs, comme les trajectoires sociales, les conditions et les modalités d'activité professionnelle et la cohésion du groupe professionnel, donnent les conditions à « un état d'esprit permissif qui fait prévaloir l'expérience personnelle sur le savoir qui forme la compétence officielle de la profession » (Freidson, 1984, p. 355). Au demeurant, un groupe professionnel, quand bien même il dispose et fonde sa rhétorique de légitimation sur la science, les choix professionnels et le contrôle exercé par les pairs se fonde davantage sur l'expérience empirique et personnelle de chacun et sur les « bonnes intentions » de l'acte professionnel que sur les compétences du groupe. En somme, cette illustration de la manière dont la régulation déontologique se met en place pour les médecins a la finalité de mettre en évidence que les valeurs éthiques sont mobilisées en relation avec le code de déontologie, l'instance de contrôle professionnel, ou une institution, mais aussi en relation avec les valeurs individuelles, les conditions socio-économiques et contractuelles d'exercice professionnel, la relation avec la clientèle, la technique utilisée, etc.

La régulation déontologique chez les journalistes

Les exemples de pratiques professionnelles journalistiques montrent que les choix professionnels peuvent aller à l'encontre des dispositifs judiciaires, notamment en ce qui concerne le 'journalisme d'investigation'. Dans un article sur les conflits entre le droit et les pratiques journalistiques, C. Lemieux cherche à identifier et à analyser les racines des dispositifs de contraintes et des formes d'investissement qui ont participé à la construction et à la cristallisation d'une rhétorique de justification et de légitimation de certains actes professionnels qui défient la loi et la morale, par l'« illégalité et [par] l'irrespect des particuliers ». Des actions comme le vol et le recel, l'usage de noms d'emprunts, la violation de frontières, la publication de documents secrets¹⁴, sont « l'effet d'un dispositif de

¹⁴ Remarquons que les pratiques professionnelles relevées par C. Lemieux correspondent à celles prises en compte par le questionnaire de l'enquête de D. H. Weaver et G. C. Wilhoit (1986) et aux débats sur les exigences

contraintes qui encadre en leur fondement les pratiques journalistiques et qui délimite pour partie ces prises offertes aux acteurs pour remettre en cause ces pratiques » (Lemieux, 1992, p. 7). Sous cet angle, la déontologie journalistique n'est pas durcie comme le droit, dont les lois doivent être appliquées indépendamment des acteurs, des objets et des situations.

Selon C. Lemieux, dans le journalisme, les acteurs apprécient chaque situation à partir de l'ensemble de dispositifs qui forment sa singularité, de sorte que les dispositions juridiques sont l'une des ressources auxquelles on peut faire appel. Par ailleurs, les journalistes conduisent les principes civiques non pas au respect de la loi, mais à la transparence de la chose publique : « en définissant le civisme d'abord par opposition au secret, et seulement ensuite par opposition à la passion et à la violence, ou autrement dit en faisant du respect de la loi un principe second, transgressable le cas échéant, si le service de la vérité l'exige » (Lemieux, 1992, p. 19). Comme le montre C. Lemieux, le droit, la règle, la déontologie ne constituent que des ressources auxquelles les journalistes peuvent avoir recours pour qualifier et apprécier les situations. Or, à l'instar de C. Lemieux, notre perspective d'étude nous porte à considérer la déontologie professionnelle comme l'un des dispositifs qui forme les choix professionnels, résultant d'ajustements dans l'action, que J. Walter (1996b) définit comme la « ductilité éthique ». En l'espèce, la ductilité éthique permet, par l'agencement de dispositifs (objets ou personnes) de répudier ou de légitimer une pratique professionnelle. Ce n'est pas seulement la norme et le droit qui fournissent des arguments pour l'appréciation des pratiques professionnelles. Devant des objets et des personnes dissemblables, les positionnements des journalistes seront variables. La régulation déontologique du groupe professionnel prend la forme d'un ajustement dans l'action dont les dispositifs varient selon les enjeux. Dans ce processus, chaque agent n'a pas le même poids, de sorte que pour stabiliser une situation chaque agent va « mobiliser des moyens, [...] forger un cadre de référence commun où s'articulent des composantes techniques et éthiques » et le résultat fera état de forces qui ne sont pas distribuées de manière égalitaire (Walter, 2001). Au total, la régulation déontologique exercée par les médiateurs ne prend de sens que dans son interaction avec d'autres mécanismes de régulation professionnelle.

démocratiques du journalisme. Autrement dit, dans ces travaux, les pratiques journalistiques sont évaluées sous l'angle du civisme.

Bibliographie

ALBERT, P., dir. (1989) *Lexique de la presse écrite*. Paris : Dalloz.

ARCQUEMBOURG, J. (1996) « L'événement en direct et en continu. L'exemple de la guerre du Golfe », *Réseaux*, (76), pp. 31–45.

AZNAR, H. (1998) « El ombudsman, como mecanismo de autorregulación », *Revista Latina de Comunicación Social* (13). <http://www.lazarillo.com/latina/a1999c/145hugo.htm>

BAGDIKIAN, B. H. (1993) *O Monopólio da Mídia*. São Paulo : Scritta.

BAGDIKIAN, B. H. (1967) « The american newspaper is neither record, mirror, journal, ledger, bulletin, telegram, examiner, register, chronicle, gazette, observer, monitor, transcript nor herald of the day's events. It's just bad news », *Esquire Magazine* (mars), pp. 124–130, 138–146.

BAILEY, C. W. (1990) « Newspapers need ombudsmen : an editor's view », *Washington Journalism Review* (novembre), pp. 31–34. <http://www.newsombudsmen.org/bailey.html>

BALLE, F., dir. (1998) *Dictionnaire des médias*. Paris : Larousse.

BALLE, F. (1996) *Médias et Sociétés*. Paris : Montchrestien.

BALLE, F. (1987) *Si la presse n'existait pas...* Paris : J.-C. Lattès

BASZANGER, I. (1990) « Emergence d'un groupe professionnel et travail de légitimation. Le cas des médecins de la douleur », *Revue française de Sociologie* (31), pp. 257–282.

BARNETT, W. L. (1973) « Survey shows few papers are using ombudsmen », *Journalism Quarterly* (50), pp. 153– 56.

BARTHES, R. (1957) *Mythologies*. Seuil : Paris.

BAUTIER, R. (1994) *De la rhétorique à la communication*. Grenoble : PUG.

- BEN MRAD, F. (1998) « Les conceptions de la compétence en médiation », *Recherches et prévisions* (53), pp. 59–71.
- BERNIER, M.-F. (1998) « L'autorégulation en Amérique du Nord », *Recherches en Communication* (9), pp. 45–70.
- BERNIER, M.-F. (1994) *Ethique et déontologie du journalisme*. Sainte-Foy : Presses de l'Université de Laval.
- BERNSTEIN, J. M. (1986) « The public's view of newspaper accountability », *Newspaper Research Journal* (7), pp. 1–9.
- BERTRAND, C.-J. (1987) *Les médias aux Etats-Unis*. Paris : PUF.
- BERTRAND, C.-J. (1997) *La déontologie des médias*. Paris : PUF.
- BLONGREN, C. (1999) *Ombudsman da Folha de S. Paulo : « de rabo preso com o leitor e com as estratégias de marketing »*. Mémoire de troisième cycle. Universidade Cândido Mendes/Rio de Janeiro. <http://www.ombudsmaneoleitor.com.br/marketing.htm>
- BOLTANSKI, L. (1990a) *L'Amour et la Justice comme compétences. Trois essais de sociologie de l'action*. Paris : Métailié.
- BOLTANSKI, L. (1990b) « Profession », pp 2058–2061, in : JACOB, A., dir. *Encyclopédie Philosophique Universelle. Les notions philosophiques. Dictionnaire* (2). Paris : PUF.
- BOLTANSKI, L., THÉVENOT, L. (1991) *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.
- BONAFÉ-SCHMITT, J.-P. (1998) *La médiation pénale en France et aux Etats-Unis*. Paris : L.G.D.J.
- BONAFÉ-SCHMITT, J.-P. (1995) « Présentation », *Droit et société* (29), pp. 7–10.
- BONAFÉ-SCHMITT, J.-P. (1993) « La ou Les médiations des conflits », *Migrants-Formations* (92), pp. 114 – 135.
- BONAFÉ-SCHMITT, J.-P. (1992) *La médiation : une justice douce*. Paris : Syros/Alternatives.

- BONAFÉ-SCHMITT, J.-P., DAHAN, J., SALZER, J., SOUQUET, M., VOUCHE, J.-P. (1999) *Les médiations, la médiation*. Ramonville Sainte-Agne : Eres.
- BOUGNOUX, D. (1995) *La communication contre l'information*. Paris : Hachette.
- BOURDIEU, P. (1998) *Contre-feux*. Paris : Liber.
- BOURDIEU, P. (1996a) *Sur la télévision*. Paris : Liber.
- BOURDIEU, P. (1996b) « Journalisme et éthique », *Les cahiers du journalisme* (1), pp. 10–17.
- BOURDIEU, P. (1995) « La misère des médias », *Télérama* (2353/15 février), pp. 8–12.
- BOURDIEU, P. (1994) « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en Sciences Sociales* (101–102), pp. 3–9.
- BRÈS, J. (1994) *La narrativité*. Louvain-la-Neuve : Duculot.
- BRIANT, V. de, PALAU, Y. (1999) *La médiation. Définition, pratiques et perspectives*. Paris : Nathan.
- BRIDGES, L. W., BRIDGES, J. A. (1995) « Newspaper ombudsman role during presidential campaign », *Newspaper Research Journal* (16/2), pp. 76–90.
- BUCHER, R., STRAUSS, A. (1992) « La dynamique des professions », pp. 67–86, in : STRAUSS A., *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*. Paris : L'Harmattan.
- BYRD, J. (1994) « The ombudsman as internal critic ». Allocation à la *conférence Press Regulation: How far has it come?* (Juin), Séoul.
- CARDOSO, A. M. (1994) *Jornalistas : Ética e democracia no exercício da profissão* (Mimeo), Sao Paulo : Cebrap.
- CHAMPAGNE, P. (2000) « Le médiateur entre deux Monde. Transformation du champ médiatique et gestion du capital journalistique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* (131–132), pp. 8–29.

CHAMPAGNE, P. (1995) « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre le champ politique, économique et journalistique », *Hermès* (17-18), pp. 215 – 229.

CHAMPAGNE, P., MARCHETTI, D. (1994) « L'information médicale sous contrainte. À propos du 'scandale du sang contaminé' », *Actes de la recherche en sciences sociales* (101-102), pp. 40-62.

CHAPARRO, M. C. (1994) *Pragmática do jornalismo. Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo : Summus.

CHAPOULIE, J.-M. (1973) « Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels », *Revue française de Sociologie* (14), pp. 86-114.

CHARAUDEAU, P. (1997) *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris : Nathan/INA.

CHARAUDEAU, P. (1994) « Le contrat de communication de l'information médiatique », *Le Français dans le monde* (juillet), pp. 8-19.

CHARON, J.-M. (2000) « Journalisme, le défi de l'autorégulation », *Réseaux* (100), pp. 385-401.

CHARON, J.-M. (1996) *La presse quotidienne*. Paris : La Découverte.

CHARON, J.-M. (1995) « La place du débat sur la déontologie des journalistes dans les représentations de leur identité professionnelle », in : MATHIEN, M., RIEFFEL, R., dir. *L'identité professionnelle des journalistes, Actes du Colloque de Strasbourg, 25 et 26 novembre 1995*. Strasbourg : Alphacom /CUEJ.

CHARON, J.-M. (1993) *Cartes de Presse. Enquête sur les journalistes*. Paris : Stock.

CHATEAURAYNAUD, F. (1991) *La faute professionnelle. Une sociologie des conflits de responsabilité*. Paris : Métailié.

CORNU, D. (1997) *Ethique de l'information*. Paris : PUF.

COSTA, C. T. (1991) *O relógio de Pascal. A experiência do primeiro ombudsman da imprensa brasileira*. São Paulo : Siciliano.

- COX, D. (1998) « Access Goes Two Ways », *Presstime* (janvier).
<http://www.newsombudsmen.org/cox.html>
- DELAUNAY, B. (1999) *Le Médiateur de la République*. Paris : PUF.
- DELFORCE, B. (1996) « La responsabilité sociale du journaliste : Donner du sens », *Les cahiers du journalisme* (2), pp. 16–32.
- DUBAR, C., TRIPIER, P. (1998) *Sociologie des professions*. Paris : Dunod.
- ETTEMA, J. S., GLASSER, T. L. (1987) « Public accountability or public relations ? Newspaper ombudsmen define their role », *Journalism Quarterly* (64/1), pp. 3–12.
- EVENO, P. (2001) *Le Journal Le Monde. Une histoire d'indépendance*. Paris : Odile Jacob.
- FAGET, J. (1997) *La médiation. Essai de politique pénale*. Ramonville Sainte-Agne : Eres.
- FAGET, J. (1995) « La double vie de la médiation », *Droit et société* (29), pp. 25–38.
- FERENCZI, T. (1998) « L'esprit de dialogue. France/médiateur », *Médiaspouvoirs*, (4/nouvelle série), pp. 106–108.
- FREIDSON, E. (1984) *La profession médicale*. Paris : Payot.
- GLASER, L. E. (1995) « Ombudsmen and the bottom line », *The World and I* (octobre).
<http://www.newsombudsmen.org/glaser3.html>
- GOODWIN, H. E. (1987) *Groping for ethics journalism*. Ames : Iowa University Press [trad. brésil. (1993) *Procura-se ética no jornalismo*. Rio de Janeiro : Nórdica].
- GREVISSE, B. (1998) « Autorégulation ou déontologie ? Les conditions d'un débat sur les pratiques journalistiques », *Recherches en Communication* (9), pp. 7–24.
- GUICHENEY, G. (1999) *Colloque 25 images/secondes (communication orale)*, CRAC Valence, *Le Monde Diplomatique* (26 novembre).
- GUILLAUME-HOFNUNG, M. (1995) *La médiation*. Paris : PUF.

HALIMI, S. (1997) *Les nouveaux chiens de garde*. Paris : Liber.

HANOT, M. (1995) « Silences, mea culpa et critiques », pp. 29–46, in : RINGLET, G., LITS, M., dir. *La presse et les affaires*. Bruxelles : Vie Ouvrière.

HARTUNG, B. W., JACOBY, A., DOZIER, D. M. (1988) « Readers' perception of purpose of newspaper ombudsman program », *Journalism Quarterly*, (65/4), pp. 914–919.

HUISMAN, D. (1994) *L'âge de faire. Pour une morale de la communication*. Paris : Hachette.

KARAM, F. J. (1997) *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo : Summus.

KAPOOR, S., SMITH, R. (1979) « The newspaper ombudsman : A progress report », *Journalism Quarterly* (56/3), pp. 628–631.

KOSELLECK, R. (1990) *Le futur passé*. Paris : EHESS.

LA HAYE, Y. de (1983) *Journalisme, mode d'emploi*. Paris : La Pensée Sauvage.

LALANDE, A. (1988) *Vocabulaire Technique et critique de la philosophie*. Paris : PUF.

LAMONT, S. (1999) « Lending an ear. Whether called ... public editor, reader advocate, reader representative or ombudsman ... more and more papers are listening to readers. Should yours? », *American Society of Newspaper Editors* (septembre). <http://www.newsombudsmen.org/lamont4.html>

LANGLOIS, S., SAUVAGEAU, F. (1989) « L'image de l'ombudsman de presse dans deux quotidiens canadiens », *Communication* (10/2 – 3), pp. 189–210.

LAVOINNE, Y. (1997) *Le langage des médias*. Grenoble : PUG.

LAVOINNE, Y. (1995) « Le monde de l'écriture : L'écriture du Monde. (Autour des chroniques d'André Laurens 1994) », pp. 178-204, in : MATHIEN, M., RIEFFEL, R., dir. *L'identité professionnelle des journalistes, Actes du Colloque de Strasbourg, 25 et 26 novembre 1995*. Strasbourg : Alphacom /CUEJ.

LAVOINNE, Y. (1994) « Les métamorphoses de l'information », *Etudes de Communication* (15), pp. 91–110.

- LAVOINNE, Y. (1991) « Le journalisme saisi par la communication », pp. 161–173, in : MARTIN, M., *Histoire et médias. Journalisme et journalistes français 1950-1990*. Paris : Albin Michel.
- LAVOINNE, Y. (1975) *La presse*. Paris : Larousse.
- LE CLAINCHE, M. (1992) « L'ombudsman, cet inconnu », *Revue française d'Administration Publique* (64), pp. 563–566.
- LEMIEUX, C. (1992) « Les journalistes, une morale d'exception ? », *Politix* (19), pp. 7–30.
- LE ROY, E. (1995) « La médiation mode d'emploi », *Droit et société* (29), pp. 39– 55.
- LIBOIS, B. (1998) « Autorégulation ou démocratisation ? », *Recherches en Communication* (9), pp. 25–32.
- LIBOIS, B. (1995) « Vers une approche 'communautaire' de la liberté de la presse », in : HAARSCHER, G., LIBOIS, B., dir. *Les médias entre le droit et le pouvoir. Redéfinir la liberté de la presse*. Bruxelles : Editions de l'Université de Bruxelles.
- LIBOIS, B. (1994) *L'Ethique de l'information. Essai sur la déontologie journalistique*. Bruxelles : Editions de l'Université de Bruxelles.
- LINS DA SILVA, C. E. (1991) *O adiantado da hora. A influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo : Summus.
- LINS DA SILVA, C. E. (1988) *Mil dias. Os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo : Trajetória Cultural.
- MACBRIDE, S. (1980) *Voix multiples, un seul monde. Communication et société aujourd'hui et demain*. Paris : La Documentation Française/ Les Nouvelles Editions Africaines.
- MACIEL, L. A. (1998) « Os quixotes do jornalismo », *Imprensa* (12/32).
- MAEZAWA, T. (1999) « The controversy over the origins and functions of ombudsmanship », *Communication Science* (11/5).

- MAEZAWA, T. (1992) « O ombudsman de 9 milhões de leitores », pp. 131 – 142, *in* : PIOLLI, G., dir. *Terceiro Encontro Internacional de Jornalismo, 1991. Conferências e Debates*. São Paulo : IBM Brasil.
- MARION, P. (1995) « Le récit médiatique des affaires », pp. 15 – 20, *in* : RINGLET, G., LITS, M., dir. *La presse et les affaires*. Bruxelles : Vie Ouvrière.
- MATHIEN, M. (1993) *La presse quotidienne régionale*. Paris : PUF.
- MATHIEN, M. (1992) *Les journalistes et le système médiatique*. Paris : Hachette.
- MATTELART, A. & M. (1995) *Histoire des théories de la communication*. Paris : La Découverte.
- MCKENNA, K. (1993) « The loneliest job in the newsroom », *American Journalism Review* (mars). <http://www.newsombudsmen.org/mckenna.html>
- MCKINZIE, B. W. (1994) « How papers with and without ombudsmen resolve disputes », *Newspaper Research Journal* (15/2), pp. 14–24.
- MENDES, J. F. (1999) « Ombudsman : o espaço para a autocritica nos jornais », *Boletim do Instituto Gutemberg* (24). <http://www.igutenberg.org/ombud24.html> (en portugais) <http://www.newsombudsmen.org/mendes.html> (en anglais)
- MENDES, J. F. (1998) *A relação do ombudsman com o público no discurso do ombudsman da Folha de S. Paulo*. Mémoire de mestrado en Communication et Culture, Escola de Comunicação/Universidade Federal do Rio de Janeiro. <http://ombdusmaneoleitor/arelao.htm>
- MESQUITA, M. (1998a) *O jornalismo em análise. A coluna do provedor dos leitores*. Lisbonne : Minerva.
- MESQUITA, M. (1998b) « La médiation solitaire de l'ombudsman de presse », *Recherches en Communication* (9), pp. 83 – 92.
- MEYER, P. (1987) *Ethical Journalism: A Guide for Students, Practitioners and Consumers*. New York : Longman [trad. brésil. (1989) *A ética no jornalismo. Um guia para estudantes, profissionais e leitores*. Rio de Janeiro : Forense Universitária].
- MOGAVERO, D. T. (1982) « The American press ombudsman », *Journalism Quarterly* (59/4), pp. 548–553.

MOSES, L. (2000) « Is there a doctor in the house? Increasingly, newspapers call on ombudsmen to cure what ails them », *Editor & Publisher* (10 jan). <http://www.newsombudsmen.org/moses.html>

MOTA, C. G., CAPELATO, M. H. (1980) *História da Folha de S. Paulo*. São Paulo : Impres.

MOUILLAUD, M., TETU, J.-F., (1989) *Le Journal Quotidien*. Lyon : PUL.

NAUMAN, A. C. (1994) « News Ombudsmanship: Its History and Rationale », allocation à la conférence *Press Regulation: How far has it come?* (Juin), Séoul. <http://www.newsombudsmen.org/nauman2.html>

NELSEN, D. R., STARCK, K. (1974) « The newspaper ombudsman as viewed by the rest of the staff », *Journalism Quarterly* (51/3), pp. 453–457.

NEVEU, E. (2001) *Sociologie du journalisme*. Paris : La Découverte.

NEVEU, E. (1993) « Pages 'Politique' », *Mots* (37), pp. 6–27.

NEVEU, E., RIEFFEL, R. (1991) « Les effets de réalité des sciences de la communication », *Réseaux* (50), pp. 11–39.

NOGUEIRA SILVEIRA, S. M. (1992) *Ética : esta lei pega? (Apontamentos sobre a moralidade que a Imprensa prega e pratica)*. Thèse de doctorat en Communication, Escola de Comunicação e Arte/Universidade de São Paulo.

PADIOLEAU, J.-G. (1985) « *Le Monde* » et le « *Washington Post* ». *Précepteurs et Mousquetaires*. Paris : PUF.

PALMER, M. (1994) « Les héritiers de Théophraste ». in : PALMER, M., RUELLAN, D., LACAN, J.-F., *Les Journalistes. Stars, scribes et scribouillards*. Paris : Syros.

PARADEISE, C. (1985) « Rhétorique professionnelle et expertise », *Sociologie du travail* (85/1), pp. 17–31.

PENINOU, J.-L. (1990) « Il faut des ombudsman dans les journaux », *Esprit* (décembre), pp. 79–81.

PIGEAT, H. (1997) *Médias et déontologie. Règles du jeu ou jeu sans règles*. Paris : PUF.

PLENEL, E. (1996) « La plume dans la plaie », *Le Débat* (90), pp. 171–192.

PRITCHARD, D. (1993) « The impact of newspaper ombudsmen on journalists' attitudes », *Journalism Quarterly*, (70/1), pp. 77–86.

Rapport mondial sur la communication. Les médias face aux défis des nouvelles technologies (1997). Paris : Unesco.

RASKIN, A. H. (1967) « What's wrong with American newspapers? », *The New York Times Magazine* (11 juin), pp. 28, 77 – 84.

RIBEIRO, J. C. (1994) *Sempre Alerta. Condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo : Brasiliense – Olho d'água.

RICŒUR, P. (1991) *Lecture I. Autour du politique*. Paris : Seuil.

RICŒUR, P. (1985) *Temps et récit III. Le temps raconté*. Paris : PUF.

RICŒUR, P. (1984) *Temps et récit II. La configuration dans le récit de fiction*. Paris : PUF.

RICŒUR, P. (1983) *Temps et récit*. Paris : PUF.

ROLDÃO, A. J. V. (1999) *O perfil profissional do ombudsman nas instituições do Brasil*, Mémoire de Mestrado en Education, Universidad de La Habana, La Habana.

ROMAN, J. (1992) « Ethique et journalisme : Vers un 'civisme' de l'information ? », pp. 97–102, in : *Universalis 1992*. Paris : Encyclopaedia Universalis France.

RUELLAN, D. (1997) *Les « pro » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

RUELLAN, D. (1993) *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble : PUG.

RUSS, J. (1995) *La pensée éthique contemporaine*. Paris : PUF.

SANTOS, M. V. (1998) « Conquistas e impasses », *Observatório da Imprensa* (20/04/1998).

SCHLESINGER, P. (1977) « Newsmen and their time-machine », *British Journal of Sociology* (28/3), pp. 336–350 [trad. port. (1993) « Os jornalistas e a sua máquina do tempo », pp. 177–190, in : TRAQUINA, N., dir. *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa : Vega].

SCHMUHL, R. (1984) *The Responsibilities of Journalism*. University of Notre Dame Press : Notre Dame [trad. brésil. (1985) *As responsabilidades do Jornalismo. As questões da ética no país de maior liberdade de expressão*, Rio de Janeiro : Nórdica].

SCHUDSON, M. (1989) « Rhétorique de la forme narrative », *Quaderni* (8), pp. 27–39.

SIX, J.-F. (1995) *Dynamique de la médiation*. Paris : Desclée de Brouwer.

SIX, J.-F. (1990) *Le temps des médiateurs*. Paris : Seuil.

SOLE, R. (1999a) « Colloque du 15 décembre 1998 à la Fondation Singer Polignac », *Presse et télévision. Concurrentes, adversaires ou partenaires ?*, Rapporté par *L'Audiovisuel. Communication & Société* (5), pp. 25-26.

SOLE, R. (1999b) « Le médiateur du Monde », *Les cahiers du journalisme* (6), pp. 32–34.

SOLE, R. (1999c) *Colloque 25 images/secondes*, CRAC Valence, *Le Monde Diplomatique*, (26 novembre).

TATE, C. (1984) « What do ombudsman do ? », *Columbia Journalism Review* (mai-juin), pp. 37–41. <http://www.newsombudsmen.org/tate.html>

VOYENNE, B. (1979) *L'information aujourd'hui*. Paris : Armand Colin.

WALTER, J. (1997) *Le mécénat de solidarité. Communication, frontières et mondes professionnels*, Mémoire en vue de l'habilitation à diriger les recherches, Université de Metz.

WALTER, J. (1996a) « Pouvoir, régulation du secret et espace public. Le cas des journalistes et des magistrats », *Sciences de la société* (38), pp. 75–92.

WALTER, J. (1996b) « Petites manœuvres, grand secret et cyberliberté. Des techniques à l'épreuve de l'éthique », *Information, communication et technique. Regard sur la diversité des enjeux*, Dixième Congrès National des Sciences de l'information et de la Communication, 14–16 novembre 1996, Grenoble – Echirolles, pp. 157–173.

WALTER, J. (1995) *Directeur de communication. Les avatars d'un modèle professionnel*. Paris : L'Harmattan.

WEAVER, D. H., WILHOIT, G. C. (1986) : *The American journalist : A portrait of US news people and their work*, Bloomington: Indiana University Press.

WEBER, M. (1959) *Le savant et le politique*. Paris : Plon.

WUNENBURGER, J.-J. (1993) *Questions d'éthique*. Paris : PUF.

WOLF, M. (1995) *Teorias da Comunicação*. Lisboa : Presença.

XAVIER, M. (1997) « Anotações de um ombudsman em final de mandato », *Boletim do Instituto Gutenberg* (16). <http://www.igutenberg.org/xavier16.html>

XAVIER, M. (1996) « Ombudsmen de imprensa são necessários ? Por quê ? », *Chasqui* (54).

TRAVANCAS, I. S. (1993) *O mundo dos jornalistas*. São Paulo : Summus.

TREPOS, J.-Y. (1996) *Sociologie de l'expertise*. Paris : PUF.

TREPOS, J.-Y. (1992) *Sociologie de la compétence professionnelle*. Nancy : Presses Universitaires de Nancy.