

Jean-Marie Charon

Le service public français
dans la tourmente

Le service public français dans la tourmente

Jean-Marie Charon

Sociologue, chercheur au Centre d'études des mouvements sociaux, Ehess - CNRS

Poussant un cri d'alarme, Jean-Marie Charon fait un bilan sévère de la politique française, critiquant l'incohérence gouvernementale et la pauvreté du débat public. C'est au gré des changements de présidence des chaînes publiques que les orientations politiques évoluent.

Depuis une dizaine d'années, les grands changements ne sont pas pris en compte, laissant le service public, pour ainsi dire, à découvert : la montée des chaînes commerciales, avec la domination écrasante de TF1, la diversification technologique, voire les transformations culturelles, réclameraient une transformation d'un service public qui fonctionne sur ses acquis. Il souffre, il est vrai, d'un manque de moyens. Jean-Marie Charon confirme un point central d'un récent débat de France Culture, postérieur à la rédaction de son article : tous les partisans français de l'institution rappellent sa pauvreté ; la redevance française est à 116 euros, quand la moyenne européenne est de 170 euros.

Quant aux programmes, ils se définissent par référence au privé dont il est difficile de se distinguer (sauf peut-être pour l'information).

Jean-Marie Charon termine en réclamant un grand débat national précédé d'un rapport d'évaluation, revenant comme beaucoup de participants au modèle britannique.

2 004 risque de ne pas figurer parmi les grands crus pour le service public audiovisuel en France : l'année s'est ouverte sur une grève qui a affecté aussi bien Radio France, RFI, que France 3. Problèmes de salaires, promesses non tenues de la part de la tutelle, mise en cause de l'absence d'ambition ou de projet. Au printemps il y a eu l'énorme couac de l'annonce du départ d'Alain Juppé sur France 2, débouchant sur un vote massif de défiance à l'égard de la direction de l'information¹. À Radio France les mœurs d'antan ne semblent pas avoir évolué puisque l'arrivée d'un nouveau président-directeur général s'est traduite par les licenciements des directeurs de France Inter comme de France Musiques, annoncés par voie de presse avant même d'avoir été discutés avec les intéressés. L'été a été marqué par un énième projet de réorganisation de la collecte de la redevance, qui tout compte

fait – si l'on s'en tient aux déclarations du ministre des finances – devrait se traduire par une stagnation, voire une rétraction des sommes collectées. Pour l'automne le budget est médiocre – en trompe l'œil comme il se doit, avec annonce d'une légère progression, mais en deçà des promesses du ministre. Quant à la chaîne internationale d'information, bien que « priorité » du président de la République, elle n'est toujours pas financée... Jamais sans doute l'avenir du service public de l'audiovisuel n'est apparu plus bouché, frappé par les incohérences et l'absence de toute lisibilité. Comme si les ambitions pour l'élection ou la réélection du futur président de France Télévisions devaient constituer l'unique perspective pour l'année à venir. Événement en forme de non événement, aussi bien pour les personnels, les partenaires des chaînes (en matière de production notamment), mais aussi pour le public qui, si l'on en

Le service public français dans la tourmente

Jean-Marie Charon

croit un récent sondage de *Télérama* [25 septembre 2004], s'y retrouve moins que jamais, puisqu'une part substantielle de celui-ci (28,6 %) place TF1 en tête des chaînes qui « incarnent le mieux le service public » à la télévision.

Le service public audiovisuel est dans la tempête. Une tempête qu'il convient d'analyser en partant d'un constat initial qui concerne d'abord le flou ou l'archaïsme des missions qui lui sont dévolues. Il faudra ensuite dresser le constat de la faiblesse, particulièrement criante au regard de ses homologues européens, des moyens qui lui sont concédés. Sa ou ses stratégies ne peuvent que s'en trouver fortement marquées, au point que l'on peut parler d'une perte de toute autonomie sur ce plan. Les hommes et les structures ne peuvent qu'en être profondément affectés, comme d'une sorte de « syndrome dépressif », au moins pour ce qui concerne des chaînes comme France 2 et France 3.

Quelles missions ?

À quand remonte le dernier grand débat national sur les missions du service public audiovisuel en France ? D'aucuns évoqueront les débats parlementaires lors des votes des réformes de l'audiovisuel de 1989² et de 2000. Il s'agissait pourtant pour l'essentiel de considérations sur les structures et la régulation. L'évocation des missions ne fut que marginale, quasiment allusive, pour se contenter de répéter la trilogie classique : informer, éduquer, distraire. Mais *quid* du comment, des problèmes plus particulièrement posés par la société française, et donc d'objectifs plus circonscrits, de leur évolution et de l'évaluation des politiques menées, sans parler de la question des moyens. Pour ce qui est de la prise en charge de cette question au fil des années, par le Parlement, il faut se contenter du quota habituel des critiques, lors du vote du budget de l'audiovisuel portant sur les questions de qualité, de manque d'efficacité de la gestion ou encore d'audience, sans craindre à aucun moment les contradictions dans les attentes ainsi formulées.

Tout se passe donc comme si la pensée des politiques et de la tutelle, concernant les missions du service public de l'audiovisuel n'était aucunement influencée par les

transformations de fond qu'a connu ce secteur : poids des télévisions privées, progression constante de l'offre élargie, place des programmes thématiques au regard de la programmation généraliste, développement de la télévision payante, évolution technique et diversification des modes d'accès, impact du cadre européen et des réglementations notamment en matière de production, de programmation ou de concurrence. À aucun moment des questions fondamentales ne sont posées de manière systématique, ni analysées, ni débattues. Le service public doit-il être gratuit ? Doit-il privilégier une approche généraliste ? Lui revient-il de jouer un rôle particulier dans la production et la création de programmes ? Et, s'engageant dans le thématique, doit-il privilégier certains types de domaines (information, fiction, création, diversité culturelle, expression des minorités, etc.) ? Doit-il rester d'abord présent sur l'hertzien ou, au contraire, peut-il ou doit-il jouer un rôle pionnier sur de nouveaux modes d'accès (via l'Internet par exemple) ? L'initiative est laissée aux politiques menées au gré des présidences des sociétés publiques (sans parler des revirements de la tutelle comme à propos de sa place et de ses ambitions sur la TNT [Télévision Numérique Terrestre), sans véritable lieu de contrôle ou d'évaluation, hormis le CSA qui, par sa composition et la définition de son rôle par la loi, ne saurait avoir la légitimité de trancher sur ces options de fond.

Le défaut de débat public est d'autant plus frappant et préjudiciable pour les acteurs de l'audiovisuel public, qu'après avoir constitué un thème récurrent de préoccupation et d'expression des politiques, la question des médias et tout particulièrement de la télévision paraît désormais totalement désinvestie : concentration, indépendance éditoriale, pluralisme ne sont plus évoquées que dans des circonstances exceptionnelles, telles que, après la présidentielle de 2002, la question du traitement de la violence ou des questions d'insécurité par les télévisions. Qu'est devenu à cet égard le rapport de Blandine Kriegel³ et les recommandations qu'il comportait ? Quelles sont les discussions auxquelles il aurait donné lieu chez les politiques eux-mêmes, une fois passée sa médiatisation aussi bruyante qu'éphémère⁴ ?

Jean-Marie Charon

Le service public français
dans la tourmente

L'absence de débat public en France est d'autant plus criante, que la question est largement débattue chez nombre de nos voisins européens, espagnols, depuis l'arrivée de la nouvelle majorité politique, britanniques surtout, chez qui la question des missions de la BBC se trouve régulièrement rediscutée, lors de l'adoption des nouvelles « Chartes royales », la prochaine devant intervenir en 2006⁵. Dans l'état actuel de la réflexion, le « Manifeste pour l'avenir » de la BBC, publié le 29 juin 2004 privilégie cinq missions prioritaires pour la future charte royale, permettant de « créer de la valeur ajoutée de service public dans un monde numérique » : la vie démocratique, la vie culturelle nationale (créativité et innovation), l'éducation (accès au savoir pour tous les publics), la vie sociale (raffermissement du lien social), la rayonnement international du Royaume Uni. À titre d'exemple la mission en faveur de la vie culturelle se décline en neuf priorités parmi lesquelles : élever le niveau d'innovation et de créativité des programmes, trouver de nouveaux talents ; soutenir la création en matière de fiction et de théâtre ; offrir un traitement neuf aux genres réputés « difficiles » (art, histoire, science, religion, musique...) ; stimuler la créativité du public, notamment jeune, via l'interactivité ; offrir une image fidèle de la réalité multiraciale de l'Angleterre ; etc.⁶

Le flou sur les missions du service public, outre le fait qu'il révèle une forme de désinvestissement du politique à l'égard de cette question, ne peut qu'entraîner une série de répercussions qui pèsent gravement sur les entreprises publiques de radio et télévision : le caractère aléatoire des moyens à leur consentir (sans parler des modes de financement⁷), la difficulté à décider du périmètre même de leur activité⁸, l'absence d'évaluation des performances et des objectifs à atteindre autrement qu'en termes d'audience ou de respect des normes budgétaires⁹, la perte de toute capacité à définir une orientation stratégique véritablement spécifique, le risque d'un repli – désengagement des personnels comme des directions, sans compter la vulnérabilité à l'égard des tentations exercées par le privé, notamment en matière d'évolution de carrière et de rémunération.

Avec quels moyens ?

Comment évaluer les moyens mis à la disposition du service public ? Une première comparaison éclairante consiste à remarquer que le chiffre d'affaire de TF1, tiré de l'activité d'une seule chaîne hertzienne est supérieur à celui de France Télévisions, qui inclut pourtant trois chaînes dont une chaîne régionalisée, soit 2,6 milliards d'euros¹⁰ en 2002, contre 2,28 milliards d'euros. Le déséquilibre des ressources est d'autant plus substantiel qu'avec moins de ressources France Télévisions emploie quasiment le double de personnel de TF1 (6 727 contre 3 480). Ce déséquilibre est particulièrement patent pour France 3 qui avec 4 649 personnes emploie davantage de personnel que TF1, alors que son chiffre d'affaires dépasse à peine le milliard d'euros.

Davantage d'effectifs pour des ressources moindres, le premier impact est bien sûr la moindre capacité d'investissement dans les programmes (production et achats), comme dans les rédactions. Les conditions de l'emploi des personnels peuvent s'en trouver lourdement affectées, France 2, en plein conflit sur le statut des intermittents se retrouvant avec quelques 27 % des heures travaillées relevant de ce statut, alors que pour France 3, ce chiffre s'élève à 24,7 %¹¹. Le budget 2004 de l'audiovisuel public ne devrait pas marquer une amélioration, puisqu'il ne progresse que de 2,3 %, contre 3,7 % prévus dans le « contrat d'objectifs et de moyens » signé avec l'État. Une fois de plus les ressources publicitaires et de parrainages seront appelées à compenser ce décalage, puisqu'elles devraient progresser de 4,7 %. Pour France 5, la progression attendue est même de 13,6 % ! Sans trancher le débat sur la compatibilité entre les missions de service public et les contraintes d'audience imposées notamment pour obtenir des recettes publicitaires, force est de constater que la question n'est ni débattue sur le fond, ni maîtrisée, puisque, après le coup d'arrêt marqué par la loi de 2000, la progression de la part des recettes publicitaires reprend sa marche en avant. Comment pourrait-il en être autrement puisque la performance gouvernementale consiste à annoncer année après année le blocage du niveau de la redevance (116 euros en 2005, après un blocage à 116,5 euros depuis 2002).

Le service public français dans la tourmente

Jean-Marie Charon

Une autre forme de comparaison des moyens consiste à essayer de situer ceux-ci au regard des télévisions de nos voisins européens. À ce niveau, le décalage est encore plus brutal, puisque la télévision publique allemande dispose du triple du budget de la télévision publique française et la BBC, le double de notre propre télévision publique. Le budget de France 3, qui est le plus important à l'intérieur de France Télévisions avec 1,070 milliard d'euros, paraît ainsi bien modeste au regard du 1,5 milliard d'euros que la BBC a consacré en 2003 à la seule « création d'œuvres audiovisuelles ». Rapporté à chaque habitant la télévision publique représentait 50 euros pour un Français, 87 euros pour un Britannique et 93 euros pour un Allemand, au début de la décennie 2000¹².

Flottements stratégiques :

Faute de moyens et d'objectifs clairs, la stratégie du service public de l'audiovisuel apparaît hésitante, opportuniste, contradictoire, surtout dominée par l'obsession de s'adapter (trop souvent en le mimant) à la concurrence du privé. Les derniers avatars sont particulièrement cuisants, qu'il s'agisse de la montée dans TPS¹³, aux côtés de TF1 et M6, pour en sortir piteusement faute d'avoir pu accompagner et maîtriser le développement, ce qui était prévisible (incapable de suivre les augmentations de capital successives, la part de France Télévisions était passée de 25 % à 8 %) ; qu'il s'agisse des ambitions pour la TNT¹⁴, avec l'abandon de toute une série de projets (chaîne d'information, chaîne des régions, etc.) ; qu'il s'agisse encore du projet CFII¹⁵, de plus en plus hypothétique, dans lequel la place du service public aux côtés de TF1 est pour le moins problématique...

Pour l'observateur extérieur, l'une des caractéristiques la plus frappante de l'illisibilité de la stratégie du service public, tient à une impression d'empilement des structures, des antennes et des chaînes, sans qu'il soit possible pour les plus importantes d'entre elles (en ressources affectées) d'identifier précisément leur registre spécifique. Le regroupement de la plupart des chaînes au sein de la holding France Télévisions, dans le cadre de la loi de 2000, n'a pas eu de ce point de vue d'effet substantiel. La question est particulièrement sensible pour

France 2. Elle est régulièrement posée pour certaines tranches horaires de France 3¹⁶. Elle pourrait également être évoquée en radio pour France Info, dans l'hypothèse où la stratégie du groupe RMC-Info / BFM réussirait à trouver son équilibre économique. Le problème s'était également posé lors du projet de lancement très controversé du Mouv' par Radio France. Non que l'ambition de créer une nouvelle antenne de service public pour un public jeune, soit, à priori, contradictoire avec les missions de celui-ci, mais dans quel cadre de l'approche du service public celui-ci trouvait-il sens ? Un rapport demandé à Francis Brun-Buisson¹⁷ en 1998, pouvait amorcer un tel débat. Il tourna en fait très court une fois Radio France rassurée sur la pérennité de son projet de nouvelle station.

L'absence de vision et donc de stratégie claire sur l'avenir du service public, renforce cet effet d'empilement, comme peut l'illustrer l'obstination de Jérôme Clément à défendre l'autonomie d'Arte, face à France Télévisions. Sa volonté de s'appuyer sur les termes déjà anciens, probablement révisables du traité Franco-Allemand, se nourrissant principalement du risque de voir les ambitions et le cadre de la chaîne culturelle totalement se dissoudre et s'étioler au sein de la holding publique. Et s'il fallait chercher une motivation à de telles craintes il suffirait de se reporter à l'analyse que fait par exemple le rapporteur de la commission des finances de France 5 et d'Arte, essentiellement basée sur la mise en perspective des ressources allouées avec les performances en matière d'audience : titre : « Arte : une ambition élevée, pour une grille accessible » – sous-titre : « a) Une audience en sensible amélioration : une possible synergie avec France 5 »¹⁸.

La principale résultante – et sans doute la plus lourde des conséquences – de l'absence de vision claire sur les missions, prend cependant la forme de réponses essentiellement par référence au modèle privé : le mode d'évaluation (quantitatif en termes d'audience), le mode de traitement de l'information, la production d'œuvres (notamment de dramatiques ou de séries), les émissions de plateau, les programmes de divertissement sont dans leur ensemble déclinés du privé. Le débat sur les condi-

Jean-Marie Charon

Le service public français
dans la tourmente

tions dans lesquelles la télévision publique pourrait ou non intégrer dans ses programmes la télé réalité fut à cet égard assez significatif. La dénonciation de cette influence du modèle de la télévision commerciale constitue bien sûr un classique des critiques portées au service public de l'audiovisuel¹⁹. Cependant celui-ci n'a pas beaucoup de sens en dehors d'un recadrage général de la démarche et des missions du service public. Au nom de quoi peut-on ainsi juger que le journal de David Pujadas correspondrait moins au service public que celui de Claude Sérillon ? Parce que ce dernier donnait plus de place à l'international ? Mais précisément l'information internationale fait-elle partie des priorités du service public ? Et, si oui, pourquoi au cours des dernières années France 3 n'a-t-elle plus de correspondants à l'étranger, France 2 ayant considérablement réduit le nombre de ceux-ci²⁰ ? Quant à Arte, peut-on considérer comme satisfaisante la faiblesse de ses effectifs journalistiques, notamment face à son incapacité à couvrir l'international autrement que par la reprise des images déjà disponibles...

S'il fallait trouver une manifestation des conséquences de cet effet de suivisme à l'égard du modèle du privé, il semble bien qu'elle peut être trouvée dans le sondage publié par *Télérama* dans son édition du 25 septembre 2004²¹. Comment comprendre autrement que 28,6 % des personnes interrogées considèrent que TF1 incarne le mieux le service public ? Comment interpréter le score très élevé de Arte (14,3 %) alors que la chaîne culturelle reste peu regardée, alors que France 2 et France 3 sont à peu près à un niveau égal et modeste d'un peu plus de 18 %. La même distorsion peut-être constatée à propos d'une question sur la chaîne « qui correspond le plus à ce que vous attendez de la télévision », Arte recueillant là encore un score exceptionnellement haut (17 %), alors que France 3 et France 2 ne recueillent que 12,2 % et 12,1 %.

Risques de démotivation

Les effets d'une telle situation ne peuvent être que très sensibles auprès des personnels, des équipes, comme des directions des entreprises incarnant le service public

de l'audiovisuel. Globalement nombre de signes manifestent un problème endémique de démotivation qui se manifeste en premier lieu par des tentations de repli corporatistes. Face aux questions nouvelles, face aux problèmes, les personnels sont tentés de réagir en privilégiant des questions telles que la défense des effectifs, des statuts, des modes d'organisation, etc. D'aucuns, comme Jean-Louis Missika²², face aux difficultés, aux évolutions nécessaires, invoquent (nostalgie?) une moindre créativité ou réactivité que dans des périodes où le service public était pourtant, à cause de la tutelle qui lui était imposée, plus violemment en bute aux critiques qui lui reprochaient notamment son manque d'indépendance.

Depuis l'encadrement jusqu'à la base se diffuse largement une représentation en terme de « citadelle assiégée », voire quasiment paranoïaque. Le thème des menaces de démantèlement est omniprésent, constituant une grille de lecture, toute prête, face aux décisions de la tutelle. Cette dernière est suspectée d'organiser délibérément un affaiblissement des structures, à coup de restrictions de moyens, afin de pouvoir ensuite dénoncer les faiblesses et réclamer des fermetures ou des privatisations (celle de France 2 refait régulièrement surface). Les choix du CSA à la tête des entreprises sont interprétés comme téléguidés par le politique, en faveur de personnalités qui, n'ayant pas elles-mêmes de lien avec le service public, vont recruter un haut encadrement issu du privé. Ces directions sont suspectées de tout ignorer des entreprises qui leur sont confiées alors même qu'elles n'aimeraient pas le service public. Le vote de défiance de la SDJ [Société des journalistes] de France 2, aussi massif, à l'encontre du ticket Mazerolle – Pujadas, et les commentaires qu'il a suscités illustrent bien cette représentation²³. La polémique, plus ancienne, sur le « scandale des rémunérations des animateurs-producteurs » qui devait faire tomber Jean-Pierre Elkabbach, relevait déjà de cette même vision.

Cependant, la démotivation des personnels ne se manifesterait pas seulement dans des « états d'âmes », elle se traduit aussi par une forme d'hémorragie parmi le personnel qui aurait notamment acquis ou démontré

Le service public français dans la tourmente

Jean-Marie Charon

une compétence particulière dans un domaine recherché. Les exemples de départs vers le privé d'informaticiens, de spécialistes du numérique, de directeurs techniques, voire même de cadres financiers sont fréquemment évoqués. Ainsi, le directeur technique France 3 devrait, en rejoignant TF1, tirer un avantage substantiel dans sa rémunération, alors que les équipes qu'il aura à diriger sont pourtant beaucoup plus légères et mieux équipées. Mais ces transferts ne concernent pas que l'audiovisuel, puisque tel directeur financier d'une région peut rejoindre un grande enseigne d'hypermarchés. Plus classiques, les transferts des journalistes les plus en vue dans l'animation ou les programmes du public vers le privé, sont plus connus et plus souvent commentés, alors même qu'ils peuvent aussi intervenir en sens inverse, comme on vient de le voir.

Risques de démotivation

Il serait bien présomptueux dans le cadre d'un modeste article de prétendre apporter des réponses ou des solutions à un problème aussi structurel que celui qui affecte aujourd'hui le service public de l'audiovisuel en France. Quelques points d'une démarche alternative semblent pourtant pouvoir être avancés :

En premier lieu un rendez-vous régulier avec le pays, sous la forme de sa représentation nationale se doit de voir le jour. Un rendez-vous qui pourrait être initié par le lancement d'un grand débat national portant sur la nécessaire réaffirmation – redéfinition des missions du service public. Ce rendez-vous, à l'échelle d'une législature porterait sur l'examen de la réalisation des missions et la redéfinition des objectifs à atteindre. Un peu à la manière de la discussion des Chartes royales pour la BBC en Grande-Bretagne. Ce grand débat aurait d'ailleurs tout à gagner à s'associer largement les instances européennes, tout comme il devrait davantage s'inscrire dans un cadre de réflexion et d'analyse du service public à l'échelle européenne, avec les coopé-

rations qui pourraient y être envisagées. Lors du grand débat national, des questions comme celles du périmètre nécessaire au service public (nombre de fréquences, nombre de chaînes, types de programmation) devraient être précisées, comme bien entendu les structures et les moyens pouvant le mieux y contribuer. La question des critères d'évaluation serait également posée, afin de dépasser les approches purement quantitatives en termes d'audience (certains évoquent par exemple des procédures du type enquête nationale de satisfaction).

Chaque rendez-vous devant la représentation nationale se trouverait préparé par un ou des rapports d'évaluation, permettant de nourrir la réflexion des parlementaires, si possible à l'issue de consultations et de discussions les plus larges possibles chez les professionnels, comme auprès du public²⁵.

Plus généralement l'effort fait par le public et la collectivité en faveur de son service public devrait se marquer par une contrepartie des personnels et des entreprises du service public qui porterait sur un engagement particulier en matière de contribution à la création, à l'expression, ainsi qu'à l'éthique professionnelle et à l'accueil des réactions du public. La création des postes de médiateurs constitue ici un premier pas qui doit être confirmé et amplifié. Toutefois, là encore un chemin considérable resterait à faire pour se hisser au niveau d'une chaîne comme la BBC, qui dans son Manifeste pour l'avenir consacre un chapitre intitulé : « Le téléspectateur au cœur des activités de la BBC », qui, entre autres, annonce la mise en place « d'un nouveau système de gestion des réclamations dont le directeur sera responsable devant le Conseil des Gouverneurs » ; ou encore « qu'elle donnera la parole aux téléspectateurs en proposant une nouvelle initiative multimédia sur BBC One, etc., ainsi qu'un droit de réponse interactif et en direct sur BBC News 24 ».

Notes

1 Le 3 février 2004, David Pujadas ouvre le 20 heures de France 2, par l'annonce du retrait de la vie politique, de l'ancien premier ministre, président de l'UMP, Alain Juppé, suite à sa condamnation par le tribunal de Nanterre. Au même moment au journal de TF1 le même Alain Juppé répondait à une interview, qui contredisait totalement l'information donnée sur France 2. Un profond malaise devait s'en suivre conduisant, quelques jours plus tard, au vote massif d'une motion de défiance de la rédaction à l'égard du directeur de l'information, Olivier Mazerolle. On pourra, sur cet épisode, se reporter au rapport annuel - Saison 2003-2004 - du médiateur de l'information de France 2, Jean-Claude Allanic, p. 36 à 43.

2 Cf. Dominique Mehl, *Médiaspouvoirs* n°19, juillet 1990, p. 5 à 12, « Audiovisuel. Le service public, naufrage d'une notion ».

3 *La violence à la télévision. Rapport demandé à l'initiative du président de la République*. Blandine Kriegel et le groupe de spécialistes qui l'accompagnaient devait remettre un rapport très critique, retenant la thèse d'un effet substantiel de la télévision sur d'éventuels comportements violents. La Documentation Française, 2002.

4 Il faut noter que le même sort a été réservé au rapport demandé à Catherine Clément, à la même époque et intitulé : *La nuit et l'été. Rapport sur la culture à la télévision*, La Documentation Française - Seuil, 2003.

5 Cf. Jean-Claude Sergeant, *Les médias britanniques*, Paris, Ophrys - Ploton, 2004. Ou encore Jeremy Tunstall, « The United Kingdom », in Mary Kelly et al., *The Media in Europe - The Euromedia Handbook*, Londres, Sage, 2004, p. 261 à 271.

6 Données issues d'une note de synthèse de Karina Chabour, remise à la Direction générale de France Télévisions, datée du 29 juillet 2004.

7 Avec la question du rôle de la publicité dans celui-ci et la revendication émise régulièrement de supprimer la publicité, voir, par exemple, Jean Martin : *Publicité et télévisions publiques, un financement alternatif*, rapport à la SACD et à la SCAM, mars 2001.

8 *Le Manifeste pour l'avenir* de la BBC, abordant ce point crucial arrête ainsi un principe formulé dans les termes suivants « Désormais l'effort devra porter non plus sur la création de nouvelles chaînes et services, mais sur leur diffusion, afin de les rendre disponibles sur les nouvelles plates-formes, notamment sur le haut débit ».

9 *Le Manifeste pour l'avenir* de la BBC consacre ainsi un chapitre relatif aux « nouveaux outils de mesure et de suivi des performances de service public », parmi lesquels figurent : un « test de niveau de service public comprenant une étude menée par un cabinet extérieur sur les éventuelles conséquences économiques de ses activités » ; la commande « tous les 5 ans d'une enquête auprès de 10 000 téléspectateurs sur l'impact, la valeur et l'efficacité de la BBC, » avec publication des résultats ; la mise au point « d'un nouveau système d'évaluation fondé sur l'audience, la qualité, l'impact et le retour sur investissement, qui évaluera la « valeur ajoutée de service public » dans les 5 domaines distinctifs du service public » ; etc. On pourra également se reporter à ce sujet à la réflexion toujours d'actualité de Bernard Cache, « Rawls regarde la télévision », dans le dossier de *Médiaspouvoirs* n°14, « Télévisions en mutations », avril 1989.

10 Les chiffres d'affaire et d'effectifs pour 2002, sont tirés du « palmarès » des 1 000 premières entreprises françaises, de décembre 2003.

11 Chiffres issus du rapport de Patrice Martin-Lalande, rapporteur spécial de la Commission des finances : « *Projet de loi de finances pour 2004* », Assemblée nationale, octobre 2003.

12 Cf. Jean-Marie Charon, *Les médias en France*, Paris, Repères / La Découverte, 2003.

13 TPS pour « La Télévision par Satellite » : bouquet de chaînes, lancé à l'initiative de TF1 et M6, dans lequel France Télévisions et France Télécom prirent une participation, afin d'éviter une marginalisation du service public dans l'offre de télévision élargie.

14 Télévision Numérique Terrestre, procédé permettant de recevoir un bouquet de programmes, via une antenne de télévision, avec le simple ajout d'une décodeur sur le poste récepteur.

15 Pour Chaîne Française d'Information Internationale, voulue au départ par Jacques Chirac (au lendemain de la guerre d'Irak qui mit en scène le face à face des chaînes satellites anglo-saxonnes, d'un côté et arabophones de l'autre). Celle-ci devrait être produite par une société commune France Télévisions et TF1. Installée sur plusieurs satellites afin de bénéficier d'une couverture mondiale, elle ne serait, en revanche, pas reçue en France (afin de ne pas concurrencer LCI, filiale de TF1 ?).

16 Cf. la polémique autour d'une émission comme *C'est mon choix*.

17 Alors directeur du SJTI [Service Juridique et Technique de l'Information, devenu, en 1995, le SJTIC (C pour « Communication »), et, en décembre 2000, la Direction du développement des médias (DDM)].

18 Patrice Martin-Lalande, « *Projet de loi de finances pour 2004* », Commission des finances, octobre 2003, p.39.

19 Lors du débat à l'Assemblée le 14 novembre 2000, Laurent Dominati déclarait ainsi : « Je ne suis pas monté à cette tribune... avec les programmes de télévision. Vous vous en souvenez, madame la ministre, à une autre époque j'avais égrené les différentes émissions, en demandant à votre prédécesseur si, à son avis, elles relevaient du secteur public ou du secteur privé. Nous pouvions rire ou sourire entre nous, en constatant à quel point les chaînes de service public étaient dans un rapport de concurrence, insérées dans un système paracommercial par rapport à TF1 et à M6, mais la voilà, la réalité ! »

20 Cf. sur ce point l'intervention d'Hervé Brusini, lors des « Entretiens de l'Information » du 29 octobre au Palais du Luxembourg sur « Le traitement de la crise suite aux attentats du 11 septembre », in « Les Entretiens de l'information », hors série des *Cahiers du journalisme*, Lille, avril 2003.

21 Sondage ISL réalisé entre les 22 et 26 juillet 2004, auprès d'un échantillon de 1 002 individus de 18 ans et plus.

22 Par exemple Jean-Louis Missika, lors du séminaire « Temps Médias Société » du 28 mai 2004. Il fut notamment l'auteur d'un rapport au ministre de la Culture et de la communication, intitulé : « Les entreprises publiques de télévision et les missions de service public », remis en décembre 1997.

23 Dans une enquête du milieu des années 90, pour le compte du CSA, nous avons relevé chez les journalistes du service public, une manière de marquer cette défiance à l'égard d'un encadrement, parfois qualifié de « mercenaire », en lui déniait toute compétence journalistique ou éditoriale, alors qu'il ne s'affirmerait que comme « gestionnaire » : Jean-Marie Charon et al., « Droit et déontologie dans l'audiovisuel », *Observatoire des pratiques et des métiers de la presse*, avril 1996.

24 L'expérience acquise sur ce plan au sein de ARTE est riche et mériterait d'être prise en compte dans une telle réflexion.

25 Des structures comme le Conseil économique et social ou la Commission nationale consultative des droits de l'homme, y trouveraient utilement leur place.

26 Cf. Monique Dagnaud (dir.), *Médias : promouvoir la diversité culturelle*, La Documentation française, 2000.