

ALMANACH CRITIQUE DES MÉDIAS

Olivier CYRAN et Mehdi BA, Les Arènes, 2005, 364 p, 29,80 €.

Par François BUSIER

« Mieux vaut rester au bureau, lire un bon rapport, connaître un dossier, mener des investigations sur Internet que courir micro en main à La Courneuve. »
Jean-Paul CLUZEL, président de Radio France, devant la Sociétés des journalistes, juin 2005

Miam ! Cet almanach des médias, c'est une gâterie, une gourmandise ! Signe des fêtes qui approchent : dans sa belle robe jaune, on dirait une boîte de chocolats... Et il y en a pour tous les goûts : ça donne dans le croustillant (le journalisme de connivence), dans le fourré à souhait (le journalisme policier), l'onctueux qui dégouline (le journalisme de chaire) et le douteux (le journalisme de marché), dans le sévère (le journalisme de faits divers) et dans le flamboyant de la délire (le journalisme patriote). Mais à peine le nez dedans, on ne peut plus s'arrêter, je vous le dis. Tout y passe ! Bref, ça vous remue, ça vous purge et vous nettoie franco la tripe de la tête !

Après une telle orgie, l'important, c'est de ne pas sombrer dans l'éclatement hépatique, dans l'indigeste nauséux, celui qui vous transforme illico en atrabilaire infréquentable, en écœuré de la feuille de chou, en allergique à l'info ou en vomisseur de JT. Faut dire aussi qu'il y a matière...

Pour assurer le service, j'aurais pu faire dans le bref, me contenter de vous livrer une rapide sélection d'extraits, de chapos pointus et de citations assassines : effet garanti. J'aurais pu. Mais les chocolats, ça se mérite, c'est pour après le repas, les grandes occasions. Quand le ventre, affermi après tant d'extases culinaires, a mis la faim en congé et la morale en somnolence, qu'il en redemande quand même, simplement pour vérifier que la vie demeure et que le désir peut ou doit aller là où il veut : au fond des choses, dans une autre dimension... Mais pour ça, faut du volume, du sérieux, de la quantité, de l'opulence. Et là, cet almanach tient ses promesses : 364 pages pour se faire les crocs, quotidiennement et inlassablement. Joyeux mélange bicolore d'Almanach VERMOT et de catalogue MANUFRACTURE, les photos en moins mais la férocité des illustrations en plus, ce retour critique sur plusieurs années d'actualité cherche à rendre compte avec quelle légèreté consciencieuse et avec quel parti pris idéologique les grands médias conçoivent et élaborent notre pâtée informative du jour. Notre pain quotidien, façon opium du peuple. Avec, souvent, l'arrogance et le mépris en prime.

Les grévistes ? Une poignée de « zozos » qui forme « un corps psychotique où tous, enseignants, élèves et parents, sont des organismes en proie aux peurs collectives et aux fantasmes ».

Jacques JULLIARD, Le Nouvel Observateur, 22/05/2003

Blurp ! Quel que soit le mode de lecture choisi, l'effleurement ou l'annotation assidue, je dois reconnaître que l'ALMANACH ne s'adonne pas à la performance de l'endoctrinement, au militantisme ultra ou à l'humeur pastichieuse. Pas de grande théorie, donc, pour dénoncer le complot malfaisant ou la main invisible qui vont nous emporter vers l'abîme, mais, simplement, par l'accumulation de textes et l'analyse, nous inviter à la prise de recul, nous inciter à la vigilance. Et cette démarche, saine sinon encore salvatrice, devrait aboutir, pour chacun, à pouvoir se forger une opinion sur le fonctionnement et la responsabilité des médias, en appui sur des avis documentés, ainsi que nous le conseillait Pierre BOURDIEU. Par contre, un seul mot d'ordre (de désordre serait plus approprié) : halte à « l'info transgénique » ! Sus au gavage !

Remonte alors le vieux débat, toujours abusif à mes yeux, sur l'objectivité de l'information. Débat qui a permis à de pleines générations de journalistes de défendre l'impartialité exemplaire de leurs propos et, par voie de conséquence (d'inconséquence), de ne pas envisager l'éventuelle remise en cause de leur prose. Pourtant, tout assemblage d'informations porte, en lui, la marque d'une intention première liée, au final, à une volonté d'influencer le destinataire du message (caractéristique inhérente à tout acte de communication). La consultation de cet ouvrage colle donc un devoir d'anamnèse à tout esprit emprunt de la plus élémentaire honnêteté intellectuelle, et pour peu que, bonheur ultime et marque appréciable d'une élégance pas encore désuète, s'y adjoigne quelque souci humaniste (même *a minima*). Une lecture qui ouvre à plusieurs questionnements fondamentaux.

« Un groupe de presse, vous verrez, c'est capital pour décrocher des commandes. »

Jean-Luc LAGARDÈRE

Pouah ! La concentration, tout d'abord. Les rachats et fusions d'entreprises de presse et de communication, par de grands groupes industriels (BTP, armement, ...), conduisent à un contrôle resserré, en peu de mains, des supports, mais aussi de l'expression, ce que l'ALMANACH évoque à travers le concept du PPA : le Parti de la Presse et de l'Argent. On peut légitimement s'interroger sur la capacité d'un journal à résister à la voix de son maître ou à l'impératif, entre autres et par exemple, de la rentabilité immédiate. Cette logique économique impose celle de la soumission à la volonté du groupe : acceptée par ceux qui dirigent et encadrent les supports, mais plutôt inconsciente ou peu discernable pour ceux qui les lisent. Ce constat prend son véritable éclat lorsque l'on s'aperçoit que 90 % de la presse médicale appartient aux labos, et que les ventes du magazine féminin « ELLE » ne représentent que 25 % de son budget.

Tout citoyen sait que la presse ne peut plus survivre sans la publicité. Pour conserver sa véritable pertinence, cette assertion devrait être réactualisée : en adoptant la posture (l'imposture) publicitaire, les médias se transforment en complément naturel de la publicité, ils sont aujourd'hui un seul et même espace. Cet acoquinement induit le respect

des règles de ce marché avec, notamment, l'acquiescement au conformisme ambiant et au formatage des esprits. La règle célèbre des 4 W, *when, where, who, why*, chère au cœur des journalistes de terrain (à l'ancienne), risque d'évoluer dorénavant en règle des 4 C : complaisance, connivence, collusion et compromission.

Mais surtout, ne me parlez pas de censure ! Je préfère vous infliger « l'autorégulation », façon cirage de pompes et lèche PAF, d'un système porté à l'autocélébration et au médiatiquement correct, où tout semble joué d'avance. J'aime bien ce que tu fais, Coco ! Et en plus, toujours dévoués et pas autistes, les journalistes : « bien sûr qu'il a de l'autocensure. Mais qui l'impose, l'autocensure ? Le public, le public ! » (François-Henri de VIRIEU).

« L'indépendance, c'est très simple : il faut gagner de l'argent. »

Serge JULY

Beurk ! Autre débat auquel il faudrait tordre le cou : celui de la faillite des élites. Je crois, bien au contraire, qu'elles n'ont jamais aussi bien réussi à imposer leur parole avec autant d'aisance et de dureté, à mettre en place à la fois un discours dominant et la maîtrise des conditions de sa médiatisation. Nous assistons, impuissants (depuis la fin prétendue de la lutte des classes ?), à une communication de caste, qui cherche à satisfaire la volonté de ses élites à maintenir l'ordre établi, par le respect de la tradition, du bon goût et du bon sens, voies naturellement simplificatrices et indolores de la justification d'une tutelle de type féodal. Ne bougeons plus ! Exit le bazar social et les grognements du peuple...

Le réel serait-il devenu si *hénaurme* et pesant qu'il faille tant le taire, le maquiller et le réécrire pour le rendre présentable et socialement acceptable ? Les temps difficiles n'exhibant toujours que les extrêmes, la facilité du discours manichéen dissimule opportunément les raisons et la compréhension profondes des moteurs complexes de l'évolution sociale et de ses enjeux. Le laminage des opinions intermédiaires achève la caricature d'une opposition simple, présentée comme *naturelle*, entre dominants et dominés. Souvenons-nous de LOUIS ALTHUSSER : « L'idéologie, c'est quand les réponses précèdent les questions ».

La parole des médias, c'est, désormais, la parole officielle, instaurée par les élites pour se rassurer et persister dans l'affirmation de leur supériorité et de leur distinction du peuple ; la seule trahison envisageable, pour elles, serait celle de ne pas respecter ce contrat. Les gros écrivent, les petits suivent...

« Deux millions de musulmans en France, ce sont deux millions d'intégristes potentiels. »

Pierre-André TAGUIEFF, *France Inter*, 1997

Houps ! Cette mise en opposition des extrêmes verrouille l'émancipation de tout discours autre que dominant, et renforce le principe réducteur d'appréhension bipolaire du monde (gauche/droite, bien/mal, riche/pauvre, ...). Elle sert également la sauvegarde des intérêts de classe : le placement en forteresse du discours conduit au secret et à la confidentialité (opacité) les informations stratégiques porteuses de plus-value (matérielle ou symbolique), et à la marchandisation celles à l'usage des masses consommatrices.

Pour incarner un discours, le recours systématique à la personnalisation (logique de la star, de l'éminence), à la mise au premier plan d'un porte-parole (la voix de son maître) ou à la personnification des problématiques (logique de l'expert, du docte), valorisent un individu (plan particulier) au détriment du débat (plus universel). C'est une excellente voie de rappel des principes d'autorité et de propriété (et donc de leur sauvegarde) ; c'est aussi l'émergence possible de l'homme providentiel, de l'Un, de l'Unique, prêt à guider et sauver le peuple de tous les malheurs du monde : la justification posée du bonapartisme et du népotisme, et parfois pire.

Quoi de plus facile, en effet, que de charger les pauvres de tous les maux, puisqu'ils sont aussi sans parole. Et, peut-être, bientôt, sans dignité.

« Si le peuple est souverain, il n'est pas infallible. En démocratie, l'ingratitude, l'immaturation font partie des privilèges inaliénables des citoyens. »

Alain DUHAMEL, Libération, 20/08/2002

Slurp ! L'ALMANACH revient sur nombre d'affaires et de situations où les médias ont allégrement dérapé (Grégory, le port du voile à l'école, Besseghir, Outreau, le RER D, ...), sur les attitudes particulières de certaines têtes d'affiche (PPDA, Ockrent, Stephen Smith, ...) et, plus généralement, sur les us et coutumes des professionnels de la profession (les journalistes médicaux, l'art du bidonnage, les petits « ménages », les mensonges avérés, les prises de position « courageuses », ...). Dans un premier temps, ce panorama d'égarements et de turpitudes médiatiques incite au rictus moqueur, comme autant d'écorniflures vengeresses sur l'image du bon bourgeois. Au fil des pages, on devine, ce faisant, que le mal est plus profond, là où le sourire se fige, là où l'humour et la satire ne peuvent se contenter de prendre à rebrousse-poil les évidences de surface d'un conformisme confit. Le travail critique, s'il demeure possible, est-il encore écoutable, *lisible* ? Pour et par quels publics ?

Mais l'ALMANACH tient son rang. Et bien. Loin de s'enfermer dans un champ unique de contestation juvénile, loin d'en appeler à prendre toutes les bastilles à coup de « tous pourris ! », il n'utilise pas les armes sournoises de l'adversaire pour renier l'apport démocratique des médias, cette part indispensable sans laquelle nous n'existerions pas, tout simplement. Les médias restent un de nos liens vitaux au monde, les intermédiaires par lesquels se dissolvent la violence aveugle et la méconnaissance de l'autre. À travers sa collecte de contradictions et d'arrogance, ce que nous montre cette œuvre collective, c'est l'écume apparente d'un immense gâchis, celui de ces grandes gueules qui accouchent de si peu, celui des mous de la feuille et de la plume : « J'avais été giscardien dans ma jeunesse. (...) J'étais déjà considéré comme un petit peu insolent » (Patrick POIVRE d'ARVOR, sur la chaîne HISTOIRE, 12/04/2003).

Désormais, c'est de doute qu'il faut s'armer pour se préparer à traquer, déceler et reconnaître la manipulation et le mensonge, la falsification de nos vies. Savoir retrouver l'analyse pertinente en lieu et place du spectaculaire, de l'immédiat et de l'instantané. Fuir cette logique de l'information comme éjaculation précoce, tant la bavure n'est pas loin... Ce que nous recommande l'ALMANACH, c'est de résister à l'ordre médiatique, c'est d'entrer en désobéissance. Alors, quels contre-pouvoirs aux contre-pouvoirs des médias ?

« La politique n'est plus affaire de pouvoir (...) mais d'expérimentation hors système. »

Technikart, novembre 2003

Re-miam ! Une soixantaine d'auteurs ont travaillé à la dimension critique de l'ouvrage, issus, pour la plupart, du milieu de la presse (journalistes, archivistes, illustrateurs, D.A., associations, ...). On sent poindre la remarque habituelle liée à cet exercice de style : seuls les médias sont autorisés à critiquer les médias. L'équipe revendique haut le défaut d'homogénéité de ses troupes, et n'a pas manqué d'intégrer un historien et un sociologue. Conformément à toute pratique communicationnelle, l'apport de compétences étrangères au champ initial ouvre à d'autres problématiques, à d'autres perspectives. Il faut souhaiter le renforcement d'une telle démarche, pour parvenir à une portée plus étendue, plus large des débats et à une meilleure reconnaissance de cet immense travail.

Face à une telle compilation d'informations, j'ose la question perverse : sont-elles réellement vraies ? Ont-elles été vérifiées ? Quel degré de fiabilité et de sérieux leur accorder ? Au-delà de l'a priori sympathique suscité par l'entreprise de l'ALMANACH, on peut aisément imaginer qu'à la moindre découverte d'erreur ou, pire (*vade retro, satanas !*), d'information mensongère ou d'intention manipulatrice, l'ouvrage subirait instantanément les flammes rédemptrices d'un autodafé (largement médiatisé, comme il se doit), et serait même précipité, sans autre forme de procès, dans l'enfer du PPA !

« La démocratie n'est pas l'état naturel de la société. Le marché, oui. »

Alain Minc, Cambio 16, 05/12/1994

Snif ! On a beau vouloir ne pas désespérer, les temps sont durs. Une consultation dévorante de l'ALMANACH CRITIQUE DES MÉDIAS, ça vous laisse un peu sans voix. Et triste. De cette tristesse qui sourd, silencieuse, du cœur des humbles, dans *Pluie Noire*, de Shohei IMAMURA (réalisé en 1989). Récemment rediffusé, ce film raconte la bombe d'Hiroshima, et la difficulté d'y survivre. Une villageoise pauvre y sollicite, pour son fils (devenu à moitié fou à la suite d'une blessure de guerre), la main d'une jeune fille irradiée mais de bonne famille, donc virtuellement non mariable. Redoutant son « audace », et face à la crainte d'un refus, elle traduit, par une simple phrase, son inaptitude à comprendre et réagir à ce qui la dépasse et la submerge : « nous les pauvres, nous nous résignons facilement ».

Cette incapacité réelle à oser décider d'une vie tranche avec, aujourd'hui en regain, la vision élitiste des masses comme élément hostile et opposé à leur devenir. En 1891, dans un essai intitulé *La Foule Criminelle*, le sociologue italien Scipio SIGHELE range « toutes les violences collectives de la plèbe » sous le doux concept de « crimes de la foule ». Dans sa deuxième édition (1901), le métier de journaliste se voit attribuer la fonction de meneur des masses, et son lectorat (les dites masses), celui du « plâtre mouillé sur lequel sa main met son empreinte ». Les foules comme sous-catégories humaines inférieures...

Alors, qui, dorénavant, a le temps nécessaire pour décrypter les médias ? Pour vérifier l'authenticité de ce qui nous est proposé ? Pour assurer la formulation d'un discours critique ? Et surtout, qui pour le lire ? En cette période d'éviction de l'*autre* (anéantissement), où le mot *alter* devient une insulte (altermondialiste !) s'il ne se conjugue avec *ego*, les chocolats sont amers. Que reste-t-il de la grande idée émancipatrice de diffusion des connaissances en vue d'une élévation commune et partagée ?

> Le référendum est pareil à une « vérole » antidémocratique que la France aurait propagée dans l'ensemble de l'Europe. »

Alain Minc, Le Figaro, 11/04/2005

Et glou, et glou... Comme toute calamité ne surgit jamais seule, notons les conclusions d'un rapport produit par l'Open Society Institute, une émanation de la fondation SOROS : ce fort volume de 1600 pages s'alarme de l'importance de la baisse de qualité des télévisions européennes ; il en attribue la responsabilité aux grands groupes de l'audiovisuel (cités plus haut) et à leurs sous-produits, les chaînes commerciales, qui misent sur le spectaculaire et le divertissement pour attirer le chaland. Est-il encore raisonnable que de ne seulement « s'inquiéter » de l'avenir du pluralisme lorsque, par exemple, RTL détient 60 % d'audience en Allemagne ?

Cependant, la tristesse que l'on ressent face à une telle accumulation de suffisance, de condescendance et, on ne peut le taire, de crétinerie aussi indécentement arborée, cette tristesse, donc, n'oblige aucunement à l'inaction si l'on désire *reprendre la parole*. Un « appel à des États généraux pour une information et des médias pluralistes » a été lancé par l'Observatoire Français des Médias (OFM), une initiative qui réunit déjà des associations et des syndicats nationaux, des syndicats d'entreprises, des associations et syndicats locaux, des médias associatifs et coopératifs ainsi que des associations et partis politiques (www.etats-generaux.org). Une façon de reposer le cycle de l'information sur d'autres bases, et de regrouper ceux pour qui informer relève aussi d'une pratique citoyenne et responsable.

Si l'on mesure les difficultés actuellement affichées par la presse, la presse quotidienne notamment, la mise en chantier d'une nouvelle formule et d'une nouvelle maquette, à l'exemple du Figaro, laisse un tantinet rêveur. Une simple opération de cosmétique pourrait-elle remettre en grâce un titre auprès de lecteurs dubitatifs ? LE MONDE s'apprête à s'adonner à cet exercice le 7 novembre prochain. En une seule accroche promotionnelle, pour marquer cet événement, l'ex-référence de la presse française réussit le tour de force de produire une excellente synthèse de la réflexion critique portée par l'ALMANACH : « LE MONDE réinvente votre quotidien... ». Après le cerveau, les médias nous refont ... le monde !

« Un journaliste digne de ce nom (...) tient la calomnie, les accusations sans preuve pour les plus graves fautes professionnelles. »

Charte des journalistes

Le spectaculaire tente d'effacer les identités et les distinctions fondamentales (celles qui nous fondent), c'est-à-dire l'histoire de nos convictions. Bon. Que nous reste-t-il, alors ? Au moins cette joie tonifiante que procure la mise en désordre du *statu quo* et la destructuration des espaces de la prétention : un plaisant bordel en perspective, dont l'ALMANACH parvient à nous communiquer le souffle revigorant.

Il reste également un arc-en-ciel, celui qui apparaît à la fin de *Pluie noire*, pour nous chuchoter à l'oreille que rien n'est écrit par avance, et que le sens de l'histoire ne se grave qu'après les combats.

(Les citations proposées sont extraites de L'ALMANACH CRITIQUE DES MÉDIAS.)

SITES DES CONTRIBUTEURS :

- ACRIMED : association action-critique-médias (www.acrimed.org)
 - CO-ERRANCES : coopérative de distribution d'édition, presse, films, ... (www.co-errances.org)
 - « CQFD » : mensuel de critique sociale (www.cequifautdestruire.org)
 - « PLPL » : bimestriel sardonique qui cherche à déboulonner les piliers du PPA (www.plpl.org)
 - Zalea TV : télévision libre nationale, sur le Web et en salles (www.zalea.org)
-