

# MÉDIACRITIQUE(S)

Magazine trimestriel d'ACRIMED

DOSSIER

**Médias  
et écologie**

Cette catastrophe vous est offerte en partenariat avec nos sponsors Total, Monsanto et AREVA.

DERNIERE MINUTE

de la catastrophe internationale.



NAS ▲ 22.40 OM: STAY CURRENT ON POLITICAL NETWORK

Dans la série « informer, c'est hiérarchiser »...

# CLAIRE CHAZAL, LA MIRE DE PARIS-MATCH



## SOMMAIRE

4. Sondons les progrès du FN

7. Cartes postales des USA

9. Carte postale de Grèce

### 11-28. MÉDIAS ET ÉCOLOGIE

*Les journalistes, l'écologie et le capitalisme — Le consumérisme vert, une nouvelle vulgate médiatique — Tartufferies médiatiques — La promotion médiatique d'un ouvrage « écocapitaliste » — France 2 s'enthousiasme pour le pétrole de schiste — Le Point et les éoliennes: retour sur un massacre — Hervé Kempf: « Adieu Le Monde, vive Reporterre »*

29. Le CFPJ, étrange entreprise

33. La grand-messe médiatique du travail le dimanche

38. À lire: *La Banlieue du zoh*, de Jérôme Berthaut

### Médiacritique(s)

Le magazine trimestriel d'Acrimed

#### Directeur de la publication

Henri Maler

#### Ont collaboré à ce numéro

Jean-Baptiste Comby, Élodie Gabillard, David Larousserie, Frédéric Lemaire, Blaise Magnin, Henri Maler, Julie Morel, Ugo Palheta, Olivier Poche, Mathias Reymond, Cyrille Rivallan, Thibault Roques, Julien Salingue

#### Illustrations

Colloghan

#### Secrétaires de rédaction

Blaise Magnin, Olivier Poche

#### Imprimé par

Espace Imprim  
46, rue de Paradis — 75010 Paris

Commission paritaire: 1213 G 91177

ISSN: 2256-8271

Tous les articles publiés sont le produit d'un travail collectif et engagé collectivement l'association Acrimed. C'est pourquoi, sauf exception, ils ne sont pas signés.

Le 18 novembre dernier, trois jours après avoir menacé d'une arme des employés de BFM-TV, un homme tirait sur un assistant-photographe dans le hall de Libération, le blessant grièvement. Aussitôt, nombre d'éditorialistes (Demorand, Fourest, et bien d'autres) se sont plu à agiter le spectre de la remise en cause de la liberté de la presse et de la démocratie: délire paranoïaque chez certains (le tireur est un fou isolé, et il est difficile de soutenir sérieusement que les journalistes vivent, en France, sous la menace), instrumentalisation politique chez d'autres (qui expliquent que cet individu n'est pas isolé et que ses actes sont le produit ou le symptôme de la défiance généralisée vis-à-vis des médias).

Les faits sont graves, mais ne devraient pas être utilisés pour interdire a priori, ou pour amalgamer à de la violence anti-démocratique, la critique raisonnée des médias, qui est une œuvre de salubrité publique, nécessaire pour le bon fonctionnement de la démocratie.

La liberté de la presse est menacée en France? Oui! Mais l'est-elle parce qu'il y a quelques fous en liberté ou parce qu'il y a des mécanismes de privatisation, de concentration, de conflits d'intérêts et de destruction du service public? On aimerait bien entendre, sur ces sujets, tous ceux et toutes celles qui glapissent que l'information est menacée quand cela les arrange — et en particulier quand ils sont visés par une critique acérée et radicale. Ils seraient d'autant plus crédibles et efficaces lorsqu'ils parlent de défense de la démocratie et de liberté de l'information.

En outre, la couverture médiatique de ces événements, saturée de référence à la « défense de l'information », a donné lieu au pire de ce que la course à l'info, notamment sur les médias de flux, peut donner. Exemples nombreux: d'un présentateur d'I-télé qui parle du « bouquet final » que constitue l'arrestation du tireur à

la « production » d'informations non recoupées et contradictoires (profil du suspect, arrestations à répétition, etc.) en passant par la transformation de certains médias en salle de presse permanente du commissariat... Que la qualité de l'information soit sacrifiée sur l'autel de la course au scoop et à l'émotion, au moment même où l'on prétend incarner le dernier rempart d'une démocratie cernée par les obscurantismes de tout poil, voilà qui ne manque pas de piquant. Mais qui laisse de marbre, manifestement, nos valeureux résistants de l'Information en danger.

\*\*\*

Exemple exemplaire de l'information malmenée: celle qu'on est en droit d'attendre sur les enjeux écologiques (p. 11). Enthousiasmés par toutes les entreprises qui prétendent repeindre leurs activités et leurs profits en vert (p. 17), ainsi que par leurs zéloteurs aussitôt promus en « experts » (p. 20), jamais les grands médias n'interrogent la compatibilité entre les logiques capitalistes et la protection de l'environnement. Pis, cette vogue pseudo-écologiste donne souvent lieu à une apologie des modes de consommation les plus compulsifs, pour peu qu'ils soient estampillés « durables » (p. 14), ainsi qu'à des flots de faits divers n'informant sur rien, où l'anecdotique rejoint le dérisoire. Et quand un journaliste, dans un grand média, sort du cadre, sa hiérarchie veille au grain, jusqu'à l'empêcher de travailler (p. 26). Autant dire que dans ces conditions, il est presque impossible de se faire une opinion un tant soit peu étayée sur des questions polémiques, comme le sont les sources d'énergie: entre louanges en faveur des gaz de schiste (p. 25), hurlements au crime paysager contre les éoliennes (p. 23), ou traitement racoleur et anxigène du risque de pollution nucléaire (encadré p. 28), c'est encore et toujours le débat public qui se trouve biaisé et embrouillé par des malfaçons médiatiques.

# PROGRESSION DU FN ? DES SONDAGES EN GUISE D'ENQUÊTES

À la faveur de l'élection cantonale de Brignoles, dans le Var, remportée le 13 octobre dernier par le Front national, le parti présidé par Marine Le Pen a focalisé l'attention médiatique et s'est retrouvé au centre de l'actualité politique. Il faut dire que lorsqu'il s'agit du FN, les médias ne sont jamais avares de scoops, de sensationnalisme et de « prévisions » apocalyptiques fondées sur des sondages oiseux. En cet automne, alors que depuis plusieurs mois le FN enregistre indéniablement des succès, sinon électoraux, du moins politiques, ce sont encore quelques sondages qui fournissent la matière première de la promotion médiatique de la formation d'extrême droite.

COMPRENDRE les ressorts du vote frontiste, l'implantation réelle du parti, la composition de son encadrement et de son électorat supposerait de réhabiliter le journalisme d'enquête sociale, et surtout de rompre avec les ficelles traditionnelles du journalisme politique dont les sondages d'opinion, de popularité et d'intentions de vote sont les marmelles et les boussoles. Dans la semaine du 6 au 13 octobre, c'est pourtant avec délectation — si l'on ose dire — que la plupart des grands médias ont cédé aux sirènes sondagières pour annoncer un FN triomphant lors des prochaines échéances électorales — municipales en mars et européennes en mai. Les résultats de la désormais célèbre élection cantonale partielle de Brignoles, venant à point nommé matérialiser et attester ces sombres prédictions...

## BRIGNOLES, C'EST LA FRANCE ?

Pourtant, un simple coup d'œil sur le contexte politique de cette élection permet de s'apercevoir que rien n'autorise à inférer quoi que ce soit de ses résultats, qui n'ont, qui plus est, pas grand-chose de surprenant ! En effet, non seulement l'extrême droite fait d'excellents scores dans ce canton, et plus largement dans toute la région depuis des décennies, mais l'abstention fut particulièrement forte lors de ce scrutin qui avait déjà été annulé deux fois — des circonstances qui

favorisent à l'évidence le FN. Autant dire que cette élection d'un conseiller général FN aurait pu être traitée comme un épisode politique relativement anecdotique et en tout cas strictement local.

Mais au diable la prudence quand il faut « vendre » l'actualité politique ! Au lendemain du second tour, les 14 et 15 octobre, la plupart des journalistes politiques s'échinèrent donc à tirer des leçons valables au niveau national de ce scrutin, quand ils n'en faisaient pas une préfiguration de la vie politique des prochaines années — exauçant ainsi les vœux... du FN, tels que rapportés par *Le Monde* : « Le FN veut "nationaliser" son succès à la cantonale de Brignoles ».

Ainsi du *Figaro*, micro-sondage en ligne à l'appui, qui fournissait bien sûr une réponse massivement positive à une question grossièrement orientée (« L'élection cantonale de Brignoles préfigure-t-elle une vague FN pour les municipales ? ») ; de France TV Info (« Cantonale à Brignoles : quelles leçons en tirer pour les élections de 2014 ? ») ; du *Nouvel Observateur* (« Le FN l'emporte à Brignoles : les leçons du scrutin ») ; ou de France Info (« Le FN à Brignoles : victoire locale, test national ? »). Plus catégoriques et imprudents encore : *La République du Centre* (« Brignoles : le FN a remporté l'élection test très attendue ») ; le site Huffington Post (« Brignoles : le FN vole vers la victoire, un scrutin test pour l'avenir ») ; *Paris Match* (« Brignoles.



L'avertissement »); ou encore, Françoise Fressoz, du *Monde*, qui, sur son blog, qualifie d'« *autruches* » ceux qui ne céderaient pas à ses injonctions catastrophistes (« Brignoles: trois voix pour dire "Réveillez-vous"! »).

Sans vouloir relativiser le poids que prend le FN dans les urnes et dans la vie politique, rien ne justifiait cette surenchère de tout le système médiatique, qui a eu pour résultat de faire des quelques milliers d'électeurs du canton de Brignoles les maîtres de l'agenda politique pendant plusieurs jours.

### IVRES DE SONDAGES

Si tous les médias ou presque se sont engouffrés de la sorte dans la surinterprétation de cette élection cantonale partielle, c'est qu'ils avaient été chauffés à blanc toute la semaine précédente par deux sondages publiés coup sur coup par *Le Nouvel Observateur* et largement « repris » par ses confrères et concurrents.

Avec, tout d'abord, le 7 octobre — soit le lendemain du premier tour de Brignoles qui mettait le candidat FN largement en tête —, la publication des résultats d'une première enquête, présentés sans nuance: « EXCLUSIF. Municipales: un Français sur 4 prêt à voter pour le FN ». Ce sondage souffre pourtant des mêmes tares que tous ceux qui interviennent près de six mois avant une élection, alors que les listes ne sont pas constituées, qu'aucune campagne n'a débuté, que l'on vient plaquer des enjeux nationaux sur un scrutin où les questions locales sont primordiales; sans compter que le FN sera loin de présenter un candidat dans toutes les communes... Et qui plus est, ce sondage dont tout dans la présentation laisse penser qu'il s'agit d'une classique enquête portant sur les « intentions de vote »... n'en est même pas une. La question posée ne porte que sur le FN, et sa formulation renvoie davantage à de très hypothétiques et vagues éventualités pour les électeurs qu'à leurs futurs choix électoraux: « *Les prochaines élections municipales auront lieu dans six mois. Seriez-vous prêt à voter pour une liste présentée par le Front national à ces élections? Oui, certainement; oui, probablement; non, probablement pas; non, certainement*

*pas* ». Les deux premières réponses ont chacune été choisies par 12 % des répondants, ce qui permet d'obtenir « 24 % de Français » « prêts à voter pour une liste FN ». Qu'ont voulu dire les enquêtés ayant déclaré qu'ils seraient, « probablement » ou « certainement », « prêts à voter » pour le FN? Qu'ils s'apprêtent à le faire? Qu'ils seraient susceptibles de le faire en fonction des circonstances? Que la politique leur est insupportable? Que le FN ne leur inspire aucune répugnance particulière? Ou au contraire que ce parti leur est profondément antipathique mais qu'ils pourraient voter pour une de ses listes par dépit? Il faut en tout cas avoir la foi du journaliste politique pour y lire de futurs choix électoraux! Ce qui n'a pas empêché *Le Parisien*, *L'Express* ou *Les Échos* de reprendre « le scoop » tel quel...

Si ce coup d'essai passa relativement inaperçu, le sondage publié par *Le Nouvel Observateur* deux jours plus tard, le 9 octobre, et annonçant un score de 24 % et la première place pour le Front national au premier tour des élections européennes, eut en revanche un écho considérable. Il faut dire que l'hebdomadaire s'était donné les moyens de faire du bruit en le « montant en Une » avec mise en page et titraille tapageuses et anxiogènes, comme il sied:



Souffrant, sur le plan méthodologique, d'autant de déficiences que le précédent, le pire de ce sondage réalisé par internet reste l'interprétation qu'en a faite *Le Nouvel Observateur*. Affirmant, par coquetterie sans doute, que « *ce sondage, bien entendu, n'est pas une prévision* »,

le journaliste écrit pourtant une ligne plus loin qu'« à l'évidence, il décrit une réalité nouvelle dans la vie politique française », et le traite d'ailleurs comme tel tout au long de son article... Et c'est ainsi, d'hypothèse en déduction, qu'il parvient à faire parler les chiffres pour en tirer une prédiction si inquiétante qu'elle méritait bien de figurer en couverture: le FN serait en passe de devenir « *le premier parti de France* »!

Peu importe que la prédiction se réalise ou non, le problème est qu'un journaliste d'un « grand » hebdomadaire puisse s'essayer à prédire l'avenir politique sur la base de données aussi maigres et discutables, plutôt que rendre compte de la réalité présente à partir de ses propres investigations. Et comme la recherche du scoop n'épargne aucun média, « l'analyse » du cartomancien du *Nouvel Observateur* fut reprise et commentée comme une information sur toutes les ondes et dans toute la presse — à tel point que même les quatre « *petits journalistes* » de 11 ans de l'émission « France Info Junior » étaient invités le 15 octobre à s'inquiéter avec les « grands journalistes »: « Le FN est-il devenu le premier parti de France? »...

### JUSQU'À LA LIE...

La cerise sur le gâteau sondagier de cette obsession pour les futures performances électorales du FN, est incontestablement l'œuvre d'OpinionWay pour le compte de *Metronews*, *CLAI* et *LCI*. Puisque *Le Nouvel Observateur* avait déjà sondé « les Français » sur leurs intentions de vote et puisqu'il ne faut jamais cesser de sonder, un journaliste eut cette idée lumineuse: sonder « les Français » non pas sur leur propre vote, mais sur... leurs pronostics quant à l'issue des élections! Ce qui donne ce titre incompréhensible: « Sondage exclusif: le FN "créera la surprise" aux municipales », suivi de ce chapeau stupéfiant: « *Pour 67 % des Français [...] le FN est le parti qui créera la surprise aux prochaines élections municipales. La déception, quant à elle, viendra du PS, pour 52 % des sondés. Marine Le Pen obtient de son côté son meilleur résultat jamais atteint dans notre baromètre.* » Entre astrologie et pari mutuel, l'industrie sondagière et le journalisme politique ont incontestablement un avenir radieux.

Il ne s'agit évidemment pas ici de nier que le FN connaît depuis plusieurs années, comme les partis d'extrême droite ailleurs en Europe, une progression inquiétante, ni qu'il est en position de réaliser d'excellents scores lors des prochains rendez-vous électoraux. Néanmoins, cette montée du FN ne justifie pas, bien au contraire, les alarmes sondagières

tirées à tort et à travers par les grands médias à l'approche de chaque élection, sans autre perspective que de réaliser « un coup » éditorial et si possible commercial. Ces prophéties répétées annonçant un FN triomphant pourraient même finir par s'auto-réaliser. Ou pour le dire autrement, la surexposition médiatique artificielle du parti d'extrême

droite et de sa présidente, au moindre de leurs succès dans les urnes, ou dans les arrière-salles des sondages, contribue à les installer au cœur du jeu politique. Bref, s'il leur prenait l'envie d'enquêter plutôt que de gloser sur des sondages biaisés, les médias devraient aussi se pencher sur leur propre rôle dans cette progression régulière du Front national...

## RACISME À LA « UNE » : DES SUSPECTS MÈNENT L'ENQUÊTE...

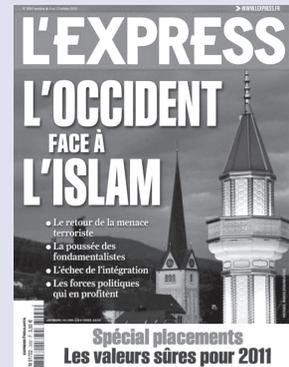
Les récentes outrances racistes contre Christiane Taubira, comparée à un singe par une candidate FN avant d'être traitée de « guenon » dans une « Manif pour tous », ont déclenché un certain bruit médiatique. Du racisme en France ? Nombre de médias s'interrogent, sans mentionner le rôle qu'ils auraient pu avoir joué dans le développement de ce climat raciste. D'où cette petite piqûre de rappel.

Commençons par *Le Parisien* qui s'interroge à la « une » de son édition datée du 6 novembre : « *La France devient-elle raciste ?* » On pourrait souligner le choix de la formule « *devient-elle* », substitut commode à un « *est-elle* » qui aurait envisagé un racisme bien ancré dans la société française. Mais nous nous contenterons de rappeler ici cette autre « une » du *Parisien*, datée du 12 septembre 2011, qui semble fournir un élément de réponse deux ans avant la question :



On s'inquiète aussi à *L'Express*, et c'est l'inénarrable Christophe Barbier qui monte au créneau dans l'un de ses (désormais cultes) éditoriaux vidéo. Et le lecteur/spectateur de découvrir que Barbier et son écharpe rouge prennent très au sérieux la question du racisme : « *À cause de la crise, en grande partie, se noue de l'intolérance, il y a, d'un seul coup, en France, un prurit, une fièvre [...] Peut-être est-ce au niveau de chaque individu qu'il faut être vigilant et ne pas laisser passer, dans une conversation, autour*

*de la machine à café, au bureau, dans un mode de transport [sic], ne pas laisser passer le moindre incident. Oh pas forcément sauter à la gorge de l'autre, mais toujours faire remarquer quand il y a un propos déplacé* ». Comme ceux-ci ?



*Le Point* n'a évidemment pas laissé passer l'occasion de s'interroger lui aussi sur les causes profondes du racisme, en oubliant bien sûr de questionner ses propres responsabilités dans la banalisation de certaines « idées » et dans la stigmatisation des « minorités ». Après la fameuse « une » de *Minute* sur Taubira « *maligne comme un singe* », *Le Point* s'insurge contre « *la "Minute" abjecte* », dénonçant « *une couverture ignoble* » et des « *propos inqualifiables et intolérables* ». Autant de termes que nous pourrions reprendre à notre compte. Mais, même si elle ne rivalise pas en ignominie avec celle de *Minute*, comment les journalistes anti-racistes du *Point* qualifieraient-ils cette « une » du... *Point* ?



La réflexion doit, de toute évidence, se poursuivre. Avec un peu moins d'hypocrisie ?

# CARTES POSTALES DES ÉTATS-UNIS

## AU 20H DE FRANCE 2

Si vous regardez régulièrement le JT de France 2, vous vous souvenez peut-être que des bisons sont chassés des plaines du Montana (9 mai 2013), qu'un alligator est entré dans une maison en Floride (13 mai), que des américains obèses font des paris en ligne pour maigrir (18 mai), qu'une femme a décroché la cagnotte du loto américain (19 mai, 6 juin), que trois chasseurs de tornades sont morts à Oklahoma (3 juin), qu'un funambule a traversé le Grand Canyon (23 et 24 juin)...

Passage en revue de certains reportages de Maryse Burgot, envoyée permanente de la chaîne aux États-Unis, qui s'apparentent moins à du journalisme qu'à des cartes postales du pays des merveilles.

QUE LES JT proposent de tels « sujets » ne devrait pas susciter la moindre moue de mépris : tout dépend d'abord de la façon dont ils sont présentés et, surtout, de la place qui leur est accordée. Mais si on cumule cette dernière avec le temps que l'on consacre aux faits divers sans importance, c'est « le reste de l'information » (comme disent les présentateurs et présentatrices) qui en pâtit. À commencer par « le reste de l'information » sur les États-Unis.

Ce n'est pas tout. Cette surabondance de « sujets » plus ou moins anecdotiques propose aux téléspectateurs réguliers du JT de France 2 de partager, dans son fauteuil, un dépaysement touristique qui privilégie les États-Unis, comme si ce pays était le seul qui mérite qu'on se familiarise avec lui, comme s'il était impossible de trouver des lieux, des traditions, ou des événements pittoresques et dignes d'intérêt dans d'autres destinations proches ou lointaines. Cette disproportion en évoque une autre, beaucoup plus grave : la formidable inégalité de traitement entre les effets d'une même catastrophe « naturelle », un ouragan par exemple [1] quand il touche non seulement les États-Unis, mais aussi d'autres pays.

Faut-il attribuer ce tropisme états-unien à un parti pris politique ? Ce n'est pas certain — ce n'est pas toujours certain. En l'occurrence, cette focalisation du JT de la chaîne publique sur les paysages et le folklore nord-américains est la conséquence

d'un retour sur investissement : un effet de la présence sur place d'un des rares correspondants permanents de France 2 à l'étranger, une présence qu'il faut bien rentabiliser. Mais cette explication repose le problème : pourquoi les localiser de façon si exclusive à cet endroit ? Préférence arbitraire pour un pays qui la fascine, ou choix par défaut de la rédaction de France 2, du fait d'un manque de moyens qui la place dans l'impossibilité d'envoyer un correspondant dans chaque région

du monde, le résultat est le même : dans une logique éditoriale de pure séduction, la hiérarchie de l'information est quelque peu malmenée. Démonstration.

### 10 JUIN : UN SAFARI CHEZ LES COW-BOYS

« Ce n'est pas un safari en Afrique. C'est l'Amérique, avec des chasseurs texans pur jus... Des antilopes africaines par centaines... des zèbres

par milliers... » On suit la chasse au zèbre d'un « très riche entrepreneur », « l'exotisme à portée de fusil », qui « se termine forcément par une pose devant le trophée ». Mais Maryse Burgot, en tenue d'excursion, explique qu'on ne doit pas être choqué : « Cette photo ne doit pas heurter les âmes sensibles car ce chasseur a payé 4000 euros pour avoir le droit de tuer ce zèbre et une partie de cet argent sera utilisée pour peupler cette région du Texas avec des espèces animales qui sont en voie de disparition en Afrique ». On apprend encore que des « ranchs hôtels reçoivent chaque année des centaines de chasseurs venus du monde entier, y compris de France ». Est-ce une suggestion



de voyage? Et *in extremis*, on apprendra que « plusieurs associations de défense des animaux se battent au Texas contre ces chasses exotiques ».

### 11 JUIN : LA TRADITION DES BABY SHOWERS À ATLANTA

« Voici un nouveau rituel qui est en train d'arriver en France: la fête prénatale. De quoi s'agit-il? D'une importation du baby shower américain, un rassemblement généralement 100 % féminin, autour d'une future maman et avec une cascade de cadeaux à l'appui. » Après ce détour par la France, David Pujadas annonce le reportage: « La tradition des fêtes prénatales à Atlanta »: des invitées « tout sourire », « des montagnes de cadeaux », un moment inoubliable... On voit Maryse Burgot sortir d'un magasin pour enfants, et en conclusion: « C'est donc une tradition américaine mais elle commence à se développer en France. Même si par superstition, dans notre pays, on préfère offrir des cadeaux après la naissance. » On peut compter sur France 2 pour corriger ce retard français.

### 4 JUILLET : LA GRANDE DAME DE NEW YORK

En plein scandale sur l'espionnage américain et alors qu'une phrase seulement dans le JT signale que « Paris a rejeté la demande d'asile d'Edward Snowden, l'homme qui a révélé les pratiques d'espionnage de la NSA », le JT se termine « avec la grande dame de New York. La statue de la Liberté, fragilisée par l'ouragan Sandy il y a près d'un an, rouvre ses portes au public. » Images de touristes et gros plans sur le monument accompagnent le générique de fin. Contrairement à l'Allemagne, les révélations de Snowden n'ont suscité en France que peu de réactions.

### 8 JUILLET : LE LAC POWELL, JOYAU DE L'ARIZONA

« C'est une rencontre entre le désert et l'eau comme un joyau naturel, 3500 kilomètres de côtes escarpées, le lac Powell est en fait une perle artificielle née de ce barrage construit il y a

cinquante ans, des falaises ocre, une eau turquoise... un houseboat, un bateau maison, à l'intérieur, tout le confort moderne... des milliers de criques, températures de l'eau 25 degrés... le niveau de l'eau baisse, en cause six ans de sécheresse ces douze dernières années... » Tout ceci est vérifiable par exemple dans *Les parcs nationaux de l'Ouest américain*, Le guide du routard, 2013, p. 367-385.



### MARDI 30 JUILLET : LE MOYEN ÂGE VU PAR LES AMÉRICAINS

En période estivale, l'aspect touristique s'assume: « Notre carnet de vacances... voyage sur place avec Clément Le Goff et Régis Massini ». On suit la visite d'un festival médiéval dans le Colorado: « Des ménestrels, un forgeron, mais aussi ce troubadour, jongleur, magicien, français » qui vient compléter la galerie de Français aux États-Unis du JT. Dans son jeu de miroirs entre les deux pays, le JT renvoie cette fois-ci l'image déformante du « Moyen Âge à l'américaine »: « Et à l'américaine le Moyen Âge le voilà: un concert de pirate, des éléphants qui parquent ou un dresseur de tigres du Bengale. Bref un joyeux mélange des genres. » La visite divertissante de ce remake américain continue avec ses « têtes d'affiche », ses « 15000 visiteurs » dont « presque autant sont déguisés »...

### 31 JUILLET : TRÉSOR POUR TOURISTES AU NOUVEAU-MEXIQUE

Dès le lendemain, Julian Bugier présente « une surprenante initiative pour relancer le tourisme au Nouveau-Mexique ». « Un trésor de deux millions d'euros. Tous les indices sont dans ce livre. De quoi attirer les curieux du monde entier comme cette aventurière qui travaille

pour Hollywood »... ou les journalistes qui travaillent pour le JT de France 2. « Comment trouver un trésor dans une zone aussi vaste? Peut-être en s'adressant directement à l'homme qui l'a caché. » On se rend donc chez ce « facétieux octogénaire »: « Le trésor existe vraiment... Il vous attend quelque part, vous devriez déjà être à sa recherche. » Les journalistes se lancent dans cette nouvelle « enquête »: « Première étape donc, récupérer un exemplaire du livre dans cette librairie. » On entend l'avis de deux touristes à Santa Fé sur cette chasse au trésor: « C'est marrant, c'est l'aventure », « C'est cool, c'est sympa d'avoir fait ça... », sans oublier les chiffres du tourisme: « Cet été, la ville attend 40000 touristes supplémentaires. »

### 17 AOÛT : DES TOITS TRÈS TENDANCE À NEW YORK

« Manhattan dissimule aussi des trésors bien cachés qu'il faut savoir dénicher. » Maryse Burgot, « envoyée spéciale à New York », comme le précise la légende, en a déniché un: « Cette terrasse est un havre de paix mais un coup de massue pour le porte-monnaie. » On suit ses déplacements sur des toits de la ville. Conclusion du parcours: « À New York désormais, atteindre des sommets est à la portée de tous ». Le rêve américain?

### 5 SEPTEMBRE : LES SÉQUOIAS GÉANTS EN DANGER

« Et puis en Californie, c'est toujours la course contre la montre pour maîtriser les flammes de l'immense incendie. » D'après Julian Bugier, « cette fois, les flammes se rapprochent des fameux séquoias géants: c'est le grand trésor de la région qui est menacé ». On entend la voix de Maryse Burgot avec des plans sur l'incendie: « Un monstre de feu sur le parc de Yosemite... » Puis, on suit une promenade dans le parc avec un garde forestier: « Nous avons près de 500 séquoias dans cette partie du parc, celui que vous voyez à gauche est l'un des plus larges [...] Mais les touristes s'inquiètent... Le garde forestier rassure: le feu est loin et partiellement maîtrisé. Il ajoute que ces arbres savent de toute façon parfaitement bien résister au feu... »

## 8 OCTOBRE : AUX COULEURS DE L'ÉTÉ INDIEN

« Ce décor de carte postale attire chaque année des centaines de fiancés tous en quête de la plus belle cérémonie [...] Le Vermont offrirait aujourd'hui les plus beaux automnes du monde. C'est en tout cas ce qu'affirment les autorités de cet État. Ces paysages aux allures de peintures impressionnistes ne déçoivent personne. » Est-ce encore les autorités de cet État qui le disent ou Maryse Burgot? Pus loin, c'est elle qui le dit: « Ce miracle de l'arrière-saison est très court: quinze jours maximum. Les professionnels du tourisme évitent donc de trop en parler, sinon les visiteurs veulent tous venir en même temps. [...] Cette Amérique des pionniers à seulement cinq heures de New York attire aussi les citadins aisés. » On l'a compris, comme dans une carte postale, la pauvreté reste hors-cadre de ces reportages.

## 2 NOVEMBRE : LE NOUVEAU VISAGE DE NEW YORK

À l'occasion des élections municipales de New York, « ville magique » d'après Laurent Delahousse, Maryse Burgot poursuit cette correspondance: le maire sortant, « le multimilliardaire Bloomberg laissera une ville beaucoup, beaucoup plus verte. Démonstration en prenant de l'altitude. » On suit un « tour de New York » en hélicoptère en commençant par « une évidence: la tour de la Liberté est vraiment immense: 541 mètres de verre... » Après cette « évidence », la démonstration annoncée: « Central Park est là depuis toujours mais cette coulée d'arbres

au cœur de Manhattan est récente [...] Notre pilote survole New York depuis trente ans, il apprécie. » Puis, on passe à d'autres « lieux emblématiques » de New York, en rencontrant des touristes français, l'auteur d'un guide touristique ou encore des résidents français qui « apprécient ». « Ces dix dernières années, presque 400 hectares d'espaces verts ont été ajoutés à New York. » Le maire sortant de New York lui aussi appréciera. La visite continue dans le JT du lendemain à l'occasion du Marathon de New York, mais les bonnes choses ont une fin...

\*\*\*

Les journaux télévisés sont, plus que tout autre, des programmes généralistes devant répondre aux attentes différenciées de publics très variés. En ce sens, ces « sujets-magazines » permettent à la fois d'alléger et d'illustrer un sommaire présentant par ailleurs une actualité souvent austère et peu propice à la mise en images. L'on peut donc comprendre que ces sommaires soient composites, et fassent une place à ce type de reportages plus « légers ». On ne peut que regretter, en revanche, la conception de ces sujets, leur présentation et leur mise en forme, produits d'une sorte de journalisme touristique qui prétend transformer ses « carnets de vacances » en informations, escamote et prive le public d'autres aspects tout aussi pertinents de la réalité états-unienne, et plus largement de l'actualité du reste du monde.

[1] Voir sur notre site les articles consacrés au traitement médiatique des ouragan Gustav et Sandy.

## CARTE POSTALE DE GRÈCE...

**Il est bien rare que les JT des grandes chaînes se donnent la peine d'enquêter sur les tenants et aboutissants de la crise économique et sociale qui ravage la Grèce depuis plus de quatre ans. On pourrait dès lors se réjouir que le JT de France 2 du 17 septembre programme un reportage sur la situation en Grèce. On aurait tort, car à bien y regarder, cette « enquête » a moins relevé de l'information... que d'une succession de clichés mise en image.**

**A**VEC une fusillade aux États-Unis et le relèvement du Costa Concordia en Italie, le JT de France 2 du mardi 17 septembre réservait une place inhabituelle à l'information internationale: l'occasion pour David Pujadas de dresser le portrait psychologique d'un ancien militaire « violent, paranoïaque mais aussi serviable » qui a tué « 12 personnes avec 3 armes » et de montrer des images « impressionnantes » du cargo italien, reporter sur place à l'appui.

À ces sujets spectaculaires venait s'ajouter une information économique qui ne l'était pas moins: la publication par le *Figaro* des chiffres de la dette française, prétexte à un grand moment de « pédagogie » libérale. La dette augmenterait « à la vitesse de 3000 euros par seconde ». Mais au lieu d'évoquer le coût des sauvetages bancaires, des crédits d'impôts, ou même de la récession entretenue par l'austérité, Pujadas pointe les « déficits

en tous genres », et surtout les « aides à la Grèce, à l'Irlande, et au Portugal » — ce qui l'amène, le plus naturellement du monde, à s'interroger sur l'utilité des plans de sauvetages à la Grèce. « Nous avons voulu savoir si les choses avaient vraiment changé sur place... » En d'autres termes: les Grecs ne jetteraient-ils pas « notre » argent par les fenêtres?

Le reportage annonce d'emblée la couleur: « À une heure de bateau

d'Athènes, cette île est fidèle au cliché: eau turquoise, pêche artisanale, églises orthodoxes et des habitants qui rechignent à payer ce qu'ils doivent à l'État. » Pour les clichés, le téléspectateur ne sera pas déçu. Il suffit de suivre en caméra cachée notre Tintin grec débusquer un à un les commerçants fraudeurs: « Les commerçants affichent vite la couleur. Vous prenez la carte? Non, seulement en espèces. La machine ne marche pas, les banques nous prennent notre argent, seulement du cash. » Évoque-t-il les commissions bancaires? Non, il fraude, si l'on en croit l'envoyée spéciale.

Idem chez le glacier: si « la vendeuse fait son addition sur une calculette » c'est, selon notre infiltrée, « pour ne pas laisser de traces écrites de ses ventes et reverser moins de TVA à l'État. » Audacieuse déduction. Décidément « les mauvaises habitudes ont la vie dure ». Enfin, dans les stations-service, « pas moyen d'avoir de ticket de caisse, les paiements en espèces sont appréciés. La comptabilité de la gérante semble sommaire ». Les indices convergent: encore la fraude. Certes, reconnaît la voix off, « beaucoup de restaurateurs ont préféré se mettre en règle. Leur TVA a été réduite de 10 %, et il y a la peur du gendarme. » Mais pour les autres commerçants c'est, pour l'envoyée de France 2, fraude à tous les étages. Entre les lignes, la conclusion semble s'imposer: les Grecs étant toujours les champions de la fraude fiscale, les recettes de l'État n'augmentent pas et la dette publique s'accumule.

Que la consommation ait été anéantie par les politiques d'austérité, que cette baisse de la consommation soit la première cause de la chute des recettes d'une TVA augmentée jusqu'à pas moins de 27 % (quand la taxation sur les bénéfiques distribués par les sociétés est passée de 25 % en 2009 à 10 % à partir de janvier 2013), voilà qui relève d'une contextualisation plus prosaïque, et qui ne flatte aucun cliché sur la Grèce — et sera donc passé sous silence. Mais pour ce qui est des clichés, ce n'est pas fini. Pour rassurer les spectateurs inquiets de l'irresponsabilité de ces Grecs dont les Français paient les excès, le reporter signale que le gouvernement taille tout de même dans les dépenses, en évoquant

la suppression des « avantages » des fonctionnaires. Exemple: le « congé ophtalmique, un repos de 6 jours accordé aux fonctionnaires qui travaillent sur ordinateur ». Là encore, pourquoi citer un dérisoire « congé ophtalmique » et non la suppression de 5000 postes et la mise en disponibilité de 25000 fonctionnaires, mesure d'une brutalité sans précédent, si ce n'est pour justifier la suppression de ce qu'on ne présente que comme des « privilèges »? Si ce n'est pour flatter le cliché du fonctionnaire grec gavé d'« avantages », alors que les salaires dans la fonction publique ont subi des ponctions de 25 à 40 % entre 2010 et 2012?



« Cette île est fidèle au cliché: eau turquoise, pêche artisanale, églises orthodoxes et des habitants qui rechignent à payer ce qu'ils doivent à l'État » (France 2, 17 sept. 2013)

Mais le reportage, décidément à charge, ne s'arrête pas là: la Grèce, rappelle la voix off, a promis de privatiser de nombreuses entreprises publiques. Si « la société de chemins de fer est à vendre depuis plus de deux ans », expliquent les journalistes de France 2, c'est parce que « la compagnie a été longtemps déficitaire, ses 2600 cheminots sont parmi les agents publics les mieux lotis du pays, et les syndicats sont omniprésents. » Et le reportage de préciser que si « trois pays ont timidement montré leur intérêt pour les trains grecs », leurs velléités de rachat pourraient bien être remises en question à cause de l'activisme des syndicats. Qu'ont-ils à dire pour leur défense? « Les drapeaux noirs c'est nous qui les avons mis dans toutes les gares, parce que les cheminots refusent la privatisation ». On n'en saura pas plus sur le fond de l'affaire, si ce n'est qu'il s'agit d'une lutte déjà résignée: « Ils vont faire ce qu'ils ont fait avec la télévision nationale. Un jour, ils ont tout arrêté, c'était l'écran noir. Les journaux disent que c'est ce qui nous attend aussi ».

Le spectateur qui s'interrogerait sur la logique de ces syndicalistes archaïques préférant attendre une « fin tragique » au lieu d'accepter la privatisation sera remis dans le droit chemin par un micro-trottoir d'usagers excédés. Ceux-ci, « exaspérés par l'état du réseau et les retards », ne s'y trompent pas: « Je suis pour la privatisation à 100 % pour que ça fonctionne correctement » explique cet homme. « Il faut privatiser pour que ça marche mieux, qu'ils ne perdent plus d'argent, que ce ne soit pas l'État qui paie et donc, nous » dit cette femme. Enfin, objectivité oblige, un avis plus nuancé: « Si on privatise cela risque tout de même d'augmenter les prix. » Les privatisations sont-elles nécessaires, souhaitables? Les obstacles s'accumulent: « Le patron de l'organisme chargé de gérer les ventes, vient d'être limogé pour corruption il y a 15 jours » explique le reporter qui conclut: « Résultat, Bruxelles propose elle-même de gérer ces privatisations. » Une ingérence qui ne semble pas l'émouvoir, au contraire: cela semble la seule option devant l'incurie qui, décidément, règne en Grèce...

\*\*\*

La Grèce occupe à bien des égards une position centrale dans le débat d'idées sur la crise européenne. Au moins deux « récits » de la crise grecque sont en concurrence pour expliquer la situation économique et sociale catastrophique dans laquelle le pays est plongé: le premier consiste à pointer le laxisme, l'incurie ou la corruption des Grecs et de leurs élites pour mieux rejeter la responsabilité de la destruction de l'économie grecque sur la Grèce elle-même. La seconde tend à expliquer que d'autres facteurs sont en jeu, et notamment l'effet récessif des politiques d'austérité imposées à la Grèce. Si la seconde pointe le caractère inadapté des « remèdes » qui lui sont imposés, la première a tendance à les justifier. Prendre position dans ce débat, qui renvoie à des divergences politiques et idéologiques, n'est pas le rôle d'une association de critique des médias comme Acrimed. Cela ne devrait pas non plus être le rôle d'un journal télévisé, et encore moins par le biais d'un reportage se fondant sur un tel parti pris sans jamais le revendiquer explicitement.

# LES JOURNALISTES, L'ÉCOLOGIE ET LE CAPITALISME

**On ne peut pas comprendre le traitement journalistique des enjeux environnementaux dans les médias généralistes sans interroger le rapport de la plupart des journalistes au capitalisme. Qu'il s'agisse de problèmes qualifiés de « globaux », comme les dérèglements climatiques ou l'appauvrissement de la biodiversité, ou bien de dégradations davantage « spatialisées », comme une marée noire, tous sont appréhendés par les journalistes selon des modalités qui ne questionnent pas la compatibilité des logiques capitalistes avec ce qu'implique la protection des écosystèmes.**

**P**OURTANT, l'idée selon laquelle l'accumulation illimitée du capital sur une planète aux ressources naturelles limitées est un principe non seulement amoral mais irrationnel. Cette idée semble même faire l'unanimité, des écologistes les plus radicaux (on pense ici à André Gorz) aux défenseurs de l'environnement les plus disposés à jouer le jeu capitaliste (par exemple Yann Arthus-Bertrand ou Nicolas Hulot). On pourrait ainsi s'attendre à ce que les journalistes en charge de l'actualité environnementale entreprennent ne serait-ce que d'interroger le caractère plausible d'un capitalisme qui serait respectueux des environnements naturels. S'il arrive à certains d'entre eux, nous le verrons, de ne pas prendre pour acquise la capacité affichée du marché à digérer les questions environnementales, l'immense majorité des journalistes amenés à traiter d'environnement adhère à la *doxa* du « capitalisme vert ».

## ILLUSTRATIONS FAUSSEMENT NEUTRES ET CÉLÉBRATIONS DU « GREEN BUSINESS »

L'écriture journalistique suppose, dans les médias généralistes, de raconter des histoires pour illustrer l'actualité et les questions de société qu'elle soulève. Les journalistes entendent ainsi rendre « concernés » et concrets ces problèmes afin d'intéresser un public le plus large et diversifié possible. En matière d'environnement, ces cadrages qui font la part belle à l'intime, à l'empathie, aux images fortes et aux beaux récits, se traduisent bien souvent par des reportages ou des articles qui parlent des conséquences des prédatations environnementales.

S'ajustant aux logiques du champ journalistique — dont on sait qu'il est depuis une trentaine d'années sous l'emprise de puissantes logiques commerciales — les journalistes racontent la perturbation des écosystèmes, le désarroi de certaines espèces animales face aux transformations de leurs milieux naturels, ou, plus rarement, les impacts de ces pollutions

sur l'homme, sa santé et ses activités économiques. Nos analyses sur le traitement médiatique des enjeux climatiques en France ont ainsi montré que plus les journalistes parlent du problème climatique, plus ils parlent de ses conséquences au détriment de ses causes et solutions [1].

Cette tendance à illustrer les problèmes plutôt qu'à les expliquer n'est pas neutre, contrairement aux apparences. En écartant des discussions légitimes les motifs des nuisances environnementales, les journalistes les inscrivent dans l'ordre du fatal, de la catastrophe ou de l'accidentel et n'inclinent donc pas à penser ces dégradations comme le résultat des modes de production orientés vers la maximisation des profits.

Quand ils évoquent des responsables, les journalistes stigmatisent généralement quelques industriels — parfois jugés inconscients et irresponsables — ou renvoient à cette catégorie anonyme et insaisissable : « les activités humaines ». En se situant tantôt au niveau du cas particulier (*i.e.* le mouton noir industriel présenté comme l'exception devant confirmer la règle de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises), tantôt au niveau de l'universel, les journalistes évacuent du champ du pensable environnemental la question des relations entre la mécanique capitaliste et la détérioration des écosystèmes.

Ils peuvent alors s'engouffrer dans la célébration du « *green business* » (pour reprendre l'intitulé de l'émission « écolo » de BFM-TV). Dans le droit fil du succès de l'expression « développement durable » consacrée il y a vingt ans lors du sommet de Rio, c'est depuis quelques années au tour des labels « croissance verte » ou « économie verte » de faire florès auprès des professionnels de l'information. Ces derniers annoncent, expliquent, parfois discutent et généralement banalisent les mécanismes de marché censés régler — bien souvent à grand renfort de géo-ingénierie ou



autres « ingénieries écologiques » [2] — les problèmes environnementaux.

N'ayant pas forcément conscience qu'ils légitiment de la sorte la mise sous tutelle économique des politiques environnementales, les journalistes relatent les discussions d'experts dont les petits désaccords sur les modes de taxation, les bourses de quotas ou les crédits fiscaux, masquent l'ampleur de leur accord, tacite mais fondamental, sur ce mouvement d'intégration de la contrainte environnementale au logiciel néolibéral. Mais si la grande majorité des journalistes n'estime pas utile de questionner la compatibilité des rationalités marchandes avec l'écologie, c'est également parce qu'il va de soi pour eux que le capitalisme ne peut être remis en cause au nom de l'environnement.

### UNE ADHÉSION RÉFLEXE À L'IDÉOLOGIE DOMINANTE

La force de cet impensé tient avant tout aux liens viscéraux que les journalistes, comme un grand nombre de responsables politiques et d'intellectuels, nouent avec l'idéologie de l'accumulation illimitée du capital et des profits. Profondément enfouis dans leur for intérieur, les principes capitalistes (rentabilité, rapidité, concurrence, compétitivité, flexibilité, responsabilité individuelle, présentisme ou encore consensus, fluidité, factualité et « neutralité ») leur apparaissent comme légitimes et incontournables. Cette adhésion irréfléchie au cadre capitaliste se perçoit bien dans la conception que les journalistes ont de ceux qui valorisent d'autres modes de développement et d'organisation des sociétés que celui structuré autour des piliers du capitalisme (dont, soit dit en

passant, la forme néolibérale est sans doute la plus aboutie).

Rares, ces reportages ou articles présentent généralement l'alternative écologique sur le registre de l'exotisme ou de l'expérience originale et sympathique. Ainsi, le 17 septembre 2007 sur France 2, David Pujadas annonce un reportage visant non pas à présenter les arguments et motivations politiques de ces « militants de l'environnement [qui] poussent leur conviction jusqu'au bout », mais à se demander s'il s'agit d'une « nouvelle utopie ou [d'une] tendance profonde », la réponse étant dans la question. Ce type de traitement — qui confine ces pratiques et organisations alternatives à des singularités atypiques dépourvues de toute réflexion cohérente et consistante — a pour effet de rendre leur démultiplication impensable. En creux, cela revient à affirmer que le modèle capitaliste est indépassable, d'autant que le jeu se jouerait désormais à l'échelle de la planète.

Cette médiatisation condescendante des alternatives au capitalisme est également un symptôme de la difficulté des professionnels de l'information à élargir l'horizon du pensable au-delà des remparts du capital et de la forteresse des profits. Car la disqualification implicitement contenue dans la façon dont ils dépeignent ces autres modes d'organisation sociale n'est pas intentionnelle. Et c'est en cela qu'elle est d'autant plus solide, dans la mesure où elle est le fruit de dispositions solidement arrimées, lesquelles sont de plus en plus souvent renforcées au cours de la formation de ces journalistes. Ces derniers sont en effet toujours plus nombreux à passer par le lissage des écoles de journalisme où la « culture » qui est valorisée, aussi générale soit-elle, ne s'acquine que très occasionnellement avec des courants de pensée alternatifs.

### QUÊTE DE LÉGITIMITÉ ET SOURCES OFFICIELLES

En matière environnementale, l'univers intellectuel des journalistes est principalement constitué d'ouvrages dits d'expertise. Écrits par des scientifiques ou des ingénieurs, ces textes ne sont pas destinés à expliciter les causes politiques et économiques

des problèmes environnementaux. Et lorsqu'ils sont le fait d'économistes, leurs propos et propositions ont plus souvent pour postulat l'irréductibilité du système capitaliste que son possible dépassement par une autre matrice sociale [3]. Le conformisme médiatique ambiant n'est donc pas le fait du seul champ journalistique. Il se façonne avant tout à travers un ensemble de relations au sein duquel l'accès à la dignité suppose de ne pas contester imprudemment un modèle qui permettrait au plus grand nombre d'accéder au confort, au bonheur ou à une espérance de vie plus longue.

Tout se passe en effet comme si le capitalisme était le seul régime capable d'améliorer un bien-être général dont les critères gagneraient d'ailleurs à être explicités dans tous leurs tenants et aboutissants. En effet, ce qui est présenté comme un progrès au service du bonheur de tou-te-s implique parfois le malheur de beaucoup, peut engendrer des nuisances environnementales à moyen ou long terme pas toujours bien anticipées (que l'on songe ici à l'amiante ou aux antennes relais) et, dans les faits, ne profite bien souvent qu'à une minorité (voir par exemple les coûts du TGV qui rend ce mode de transport souvent inaccessible pour les membres des classes inférieures voire moyennes). Reste qu'aller contre le sens de ce courant idéologique, c'est — pour un journaliste — prendre le risque de se discréditer tant auprès des sources officielles qu'auprès de ses confrères.

Les sources autorisées faisant toujours autorité, un article ou un reportage sur une actualité environnementale a d'autant plus de chances d'être valorisé au sein d'une rédaction qu'il s'appuie sur des sources officielles : ministère, agences, collectivités ou experts d'État [4]. Avec les scientifiques, ce sont bien ces acteurs que l'on rencontre le plus souvent dans les productions journalistiques traitant d'environnement. Or il est peu probable qu'un journaliste donnant la parole à un représentant de l'État, lequel (en l'état actuel des choses) est par définition un promoteur du « capitalisme vert », en vienne, dans le même texte, à exposer un point de vue dénonçant les « limythes » de la « croissance verte »

ou de « l'ingénierie écologique » et suggérant de questionner la viabilité environnementale du capitalisme.

Sommés d'entretenir de bonnes relations avec les sources officielles, les journalistes se trouvent cantonnés à ce qui est dicible du point de vue des acteurs dominants. En d'autres termes, ils ne peuvent pas vraiment médiatiser des points de vue que ceux-ci jugeraient inconcevables.

Ces logiques de censures invisibles sont sans doute particulièrement prégnantes en matière d'écologie dans la mesure où la préoccupation environnementale a fait l'objet de stigmates ayant pu freiner sa légitimation. Il y a encore quelques années, le journaliste soucieux d'environnement était associé tantôt au romantique ami des bêtes, tantôt à l'utopiste barbu ayant erré sur les causses du Larzac. Pour gagner en reconnaissance, les journalistes en charge des dossiers environnementaux ont donc dû défaire cette réputation. Pour cela, ils se sont justement appuyés sur ces sources officielles, lesquelles souffraient également d'un manque de crédit symbolique. Cet anoblissement de l'écologie — qui s'est précipité à la fin des années 1990 — s'est accompagné d'un gommage des critiques politiques découlant des diagnostics annonçant la dégradation profonde et rapide de la planète. Pour devenir médiatique, pour devenir un objet de gouvernement majeur, la cause écologique a ainsi dû abandonner une de ses principales ambitions idéologiques, celle consistant à montrer pourquoi le capitalisme est une réalité insoutenable, une réalité à dépasser, une réalité redevenue utopie.

### DES POSTURES JOURNALISTIQUES EN VOIE D'EXTINCTION

La mise en conformité de l'écologie avec les cadres de pensée légitimes dans les champs politique et médiatique ne fait toutefois pas consensus au sein des professionnels des médias. Elle est surtout le fait de journalistes qui sont arrivés sur cette spécialité moins par conviction que parce qu'on leur a proposé. Ces nouveaux entrants dans le journalisme environnemental se révèlent moins sensibles aux enjeux politiques de l'écologie que les journalistes ayant délibérément

choisi de couvrir ce domaine, mais plus soucieux qu'eux de faire valoir leur spécialisation. Ce faisant, ils se détournent des sources militantes et donc des conceptions non-marchandes du monde portées par ces acteurs.

Cela n'empêche bien entendu pas ces journalistes de médiatiser, ça et là, des réalités inacceptables du point de vue environnemental. L'article intitulé « La vie gâchée des objets » et publié dans l'édition du 28 octobre 2012 de *Libération* offre un bon exemple de dénonciation médiatique des dérives du capitalisme. La journaliste s'indigne des principes de l'obsolescence programmée en reprenant notamment des cas étudiés dans le documentaire « Prêt à jeter » [5]. Elle en vient ainsi à plaider pour un retour à un bon sens qui serait désormais en perte de vue : « *Et, soyons fous, pourquoi ne pas concevoir dès le départ des articles durables ?* » Mais le bon sens écologique ne semble pas, ici comme ailleurs, être en mesure de rivaliser avec le bon sens économique. Plutôt qu'un encouragement à lutter pour imposer ce qui semble aller de soi étant donné l'état de la planète, l'article prend une tout autre position. Son auteure préfère rappeler le lecteur à l'ordre politico-économique des organisations supranationales et des groupes de pression, le tout mâtiné d'une pointe de moralisation à l'égard des excès consuméristes : « *Le combat contre l'obsolescence programmée, moteur du redressement productif cher à Montebourg ? Voilà qui serait révolutionnaire. Mais rien ne pourra se faire sans le concours de Bruxelles, où la Commission européenne explore des pistes (comme le chargeur de portable universel) en se heurtant au lobbying des fabricants. Ni sans celui des consommateurs. À quand la fin des adorations nocturnes devant les Apple Stores à chaque nouvel accouchement d'un objet mort-né ?* »

La censure n'est jamais totale et les points de vue critiques ne sont pas totalement absents des médias généralistes. Il faut toutefois se méfier de ces coups d'éclat dénonciateurs dont le caractère occasionnel a plus pour effet de désamorcer la critique que d'amorcer une nouvelle vision des rapports entre le capitalisme et la protection de l'environnement. Loin de

s'inscrire dans des rubriques pouvant garantir une visibilité régulière aux opinions contestant le cadre capitaliste, les articles et reportages relayant épisodiquement ces visions ont vraisemblablement pour conséquence d'apaiser les mécontentements – en leur offrant de temps à autre une tribune pouvant jouer un rôle cathartique – tout en maintenant, du fait de cette non-routinisation, les alternatives aux marges de ce qui est (« sérieusement ») envisageable. Cette logique du « on ne peut pas ne pas en parler, il faut donc en parler mais pas trop » contribue aux mécanismes d'« endogénéisation d'une partie de la critique [6] », qui permettent aux logiques capitalistes d'évoluer sans cesse en contournant, en désarmant, voire en intégrant la contestation.

Face à l'arrivée de journalistes séduits par le « capitalisme vert » ainsi qu'à la folklorisation des alternatives aux logiques marchandes, les postures (*i.e.* des attitudes régulières) mettant à distance la *doxa* capitaliste deviennent bien rares dans les médias généralistes. Elles n'ont toutefois pas entièrement disparu. Hervé Kempf, diplômé de l'IEP de Paris dans les années 1980 et cofondateur en 1989 du mensuel *Reporterre*, représente aujourd'hui une espèce certes en voie d'extinction dans le champ médiatique mais qui continue d'alimenter la diversité des opinions et le pluralisme de l'information. Journaliste environnement au *Monde* depuis 1998 [7], il parvient à exprimer des positions contestant l'impérialisme des hérauts du marché. Si, pour défendre ses opinions, il privilégie la publication d'essais [8], il lui arrive aussi d'exposer ses points de vue dans son journal comme avec cette chronique parue dans *Le Monde* du 1<sup>er</sup> mars 2010, intitulée « L'imposture croissanciste ». Hervé Kempf y invitait ses lecteurs à douter des discours faisant de la croissance économique l'objectif ultime de toute action politique. Pis, il en pointe deux mirages pour mieux rappeler l'urgence de ne plus faire passer l'écologie après l'économie: « *La croyance dans les bienfaits de la croissance est-elle un dogme? Je laisse ce point à la sagacité des lecteurs. En tant qu'observateur de croissance, notons que deux illusions animent les croissancistes [...] Eh oui: on*

*créera plus d'emplois en accordant plus d'importance à l'écologie. »*

S'ils pèsent peu numériquement, les journalistes qui, comme Hervé Kempf, s'affranchissent de la *doxa* capitaliste ont en revanche un poids symbolique qui n'est pas négligeable. Par les sources ou références qu'ils mobilisent et donc par l'orientation qu'ils donnent à leurs productions, ces journalistes rappellent que d'autres points de vue existent et méritent d'être considérés avec sérieux. Ils montrent qu'un autre journalisme est possible.

### LES FAUX-SEMBLANTS DE L'OBJECTIVITÉ JOURNALISTIQUE

Cette autre manière de concevoir la production de l'information se caractérise par le souci de ne jamais cesser d'interroger un système de croyances dominant, en l'occurrence le capitalisme. Ce refus de considérer comme définitive cette idéologie relève d'une préoccupation éthique consistant à ne pas se satisfaire du prêt-à-penser déversé par les intellectuels organiques du néolibéralisme. Une telle posture vient ainsi signaler en creux les faux-semblants de l'objectivité dont se targuent la plupart des journalistes.

Car peut-on être objectif tout en étant pensé par l'esprit du capitalisme, ou pour le dire autrement, tout en proposant des analyses encastrées dans le dogme de la concurrence libre et non faussée? Si pour penser l'État, il faut s'affranchir de la pensée d'État, pour comprendre les sociétés capitalistes le plus objectivement possible, ne faut-il pas se défaire des catégories d'analyse et modes de raisonnement capitalistes? À bien des égards, ne pas remettre en cause l'esprit du capitalisme, c'est le considérer pour acquis et donc prendre parti en sa faveur. Lorsqu'un journaliste fait valoir, conformément à sa culture professionnelle, son objectivité – parce qu'il croise ses sources, vérifie son information et rend visible des points de vue divergents – il convient donc de lui demander s'il serait prêt à détacher l'actualité de l'arrière-plan capitaliste auquel elle est quasi systématiquement adossée. Si la réponse est négative, il y a tout lieu d'être perplexe quant à son objectivité.

Ce que révèle la médiatisation des enjeux environnementaux, c'est donc surtout la dépendance des professionnels de l'information à la *doxa* capitaliste. Or cet attachement ne leur permet pas d'aborder objectivement les problèmes qu'ils rendent visibles. S'ils veulent être le « contre-pouvoir » qu'ils prétendent constituer, alors les journalistes ne doivent-ils pas avoir le courage de questionner leurs convictions les plus profondes, celles qui les empêchent de voir que d'autres visions du monde existent en dehors de l'étroit moule capitaliste? N'est-ce pas à ce prix qu'ils pourront penser autrement les causes des problèmes en général et de la destruction de la nature en particulier?

[1] Jean-Baptiste Comby, « Quand l'environnement devient médiatique. Conditions et effets de l'institutionnalisation d'une spécialité journalistique », *Réseaux*, décembre 2009, n° 157-158, p. 159-190.

[2] Ces « solutions dignes de films de science-fiction » et ces « projets un peu fous » (pour reprendre deux expressions de journalistes ayant couvert ce type d'initiatives) correspondent par exemple à l'envoi dans l'espace d'un bouclier composé d'une myriade de petits miroirs capables de réfléchir les rayons du soleil, ou à la diffusion de soufre dans l'atmosphère pour blanchir le ciel, dans un but de réverbération solaire. Il s'agit, à chaque fois, de s'en remettre aux miracles du « progrès » technique pour résoudre les problèmes environnementaux, donc sans changer de système de production.

[3] Un exemple de ces ouvrages pouvant devenir des références pour les journalistes est le livre publié par deux anciens polytechniciens aujourd'hui conseillers du prince: Alain Grandjean, Jean-Marc Jancovici, *Le plein, s'il vous plaît. La solution au problème de l'énergie*, Seuil, 2006.

[4] Sur le poids des sources autorisées dans la fabrique de l'information, nous renvoyons aux travaux d'Aeron Davis notamment *Public Relations Democracy: Public Relations, Politics, and the Mass Media in Britain*, Manchester University Press, 2002.

[5] Réalisé en 2010 par Cosima Dannoritzer, diffusé sur Arte.

[6] Boltanski, Chiapello, *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, 1999, p. 69.

[7] Texte rédigé avant le départ de Kempf du *Monde*, départ sur lequel il s'explique dans un texte dont nous publions ci-dessous (p. 26-28) de larges extraits.

[8] Par ex. *Comment les riches détruisent la planète*, Seuil, 2007, et *Pour sauver la planète, sortez du capitalisme*, Seuil, 2009.

# LE CONSUMÉRISME VERT : UNE NOUVELLE VULGATE MÉDIATIQUE

À mesure qu'elle s'est intégrée au paysage politique, l'écologie est devenue un produit médiatique comme un autre. Ainsi son caractère initialement subversif a lui-même été subverti par des grands médias bien peu enclins à informer sérieusement sur les mobilisations contre la destruction de la planète, mais voulant s'attirer une nouvelle clientèle d'individus soucieux d'environnement et de qualité de la vie. À la critique radicale du productivisme, de l'idéologie consumériste et de la marchandisation des esprits, la vulgate médiatique a donc progressivement opposé et substitué l'injonction dépolitisante à consommer « bio » ou « vert », et un appel moralisant à « respecter l'environnement ». Illustration, en particulier, avec la rubrique « écologie » du site de *Marie-Claire*.

**M**ÊME parmi ceux qui pratiquent le culte de la Croissance, espérant son retour comme d'autres attendent l'accomplissement d'une prophétie, il est aujourd'hui devenu difficile de nier l'ampleur de la crise environnementale. Qu'il s'agisse des changements climatiques, de l'appauvrissement de la biodiversité, de l'épuisement des sols et des ressources naturelles ou de l'accroissement de la pollution, la recherche scientifique ne laisse plus guère de doute concernant la menace que le productivisme fait planer sur le maintien des équilibres fondamentaux entre l'espèce humaine et la nature.

Il est non moins indéniable que, depuis quelques années, les médias dominants se sont fait l'écho de cette crise environnementale et de son aggravation, relayant par exemple les estimations contenues dans les rapports du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat). Mais s'ils se sont effectivement approprié le discours écologique, c'est en retraduisant la critique politique du productivisme et du consumérisme dans le double idiome qu'ils connaissent et maîtrisent pleinement : le langage capitaliste du « business », autrement dit de la marchandise, et celui, individualiste,

de la « responsabilité individuelle », avec pour effet une dépolitisation complète. La rubrique « écologie » d'un magazine féminin, *Marie-Claire*, illustre de manière particulièrement frappante cette acclimatation médiatique du discours écologique.

On trouve, sur le site du magazine, une rubrique « écologie » sur laquelle il vaut la peine de s'arrêter. S'y croisent en effet le traitement médiatique de la question environnementale, marchand et moraliste, et les priorités éditoriales d'un média qui, prétendant s'adresser aux femmes, reproduit l'ensemble des stéréotypes relatifs aux intérêts et aspirations qui leur seraient propres. Les sous-rubriques parlent en effet d'elles-mêmes : outre « actualités écologie », « écologie au quotidien » et « écologie mode d'emploi », sur lesquelles on reviendra, une grande partie des articles qui composent la rubrique « écologie » relèvent des catégories « beauté bio », « mode écolo » et « people et écologie ».

L'appel à l'écologie revient alors à indiquer aux lectrices de *Marie-Claire* comment concilier la nécessité de se conformer aux critères de beauté imposés et diffusés en continu par l'industrie de la mode et des soins corporels, et l'injonction

éthique à « respecter l'environnement », à se « responsabiliser » dans ses actes individuels et quotidiens. « *Parfums bios* », « *laits hydratants bios* », « *nouveaux cosmétiques écolos* », « *soins verts* », « *soins écologiquement corrects* », « *produits de beauté indispensables et écolo* », « *shopping bio* », « *bronzage écolo* », « *soins bio et écolos* », etc. : voilà ce dont le magazine *Marie-Claire* fait la promotion sous prétexte de « *beauté bio* ».

Dévolement radical de la critique écologique, puisque c'est bien un consumérisme tous azimuts qui est ici légitimé, quoique repeint en vert. Dans le royaume enchanté du « capitalisme vert », l'argument de la sauvegarde de la planète se mue ainsi en simple recette publicitaire, un argument de vente parmi d'autres et grâce auquel il s'agit de rassurer le consommateur, ou ici la consommatrice, sur les conséquences de ses achats. Or, si *Marie-Claire* tenait tant à la préservation de l'environnement, le magazine pourrait commencer par remettre en cause le mode de financement des magazines féminins (et d'un nombre croissant de médias), centré sur les revenus générés par la publicité. Cette dernière constitue en effet, non seulement une énorme source de gaspillage, mais un puissant

instrument d'intoxication idéologique qu'aucun projet écologique conséquent ne saurait épargner.

La réappropriation du discours écologique passe parfois par une mise à distance explicite de l'écologie militante. Ainsi peut-on lire sur le site de *Marie-Claire* cette profession de foi, qui se prolonge en une profonde interrogation: « *Loin de l'image ringarde de l'écolo post 68, les lignes bio s'imposent comme des références mode. Comment se traduit ce discours militant dans nos adresses préférées?* » Suivent quelques couplets relatifs aux « looks écolo » ou aux créateurs « soucieux de l'environnement ». On apprend au passage que « *la protection de la planète et le développement durable sont devenus les priorités des industriels du textile* », ce qui sans doute amusera ces industriels eux-mêmes, puisqu'en régime capitaliste, c'est la protection et le développement (durable ou non) de leurs profits qui priment et primeront toujours, conditionnant l'ensemble des décisions d'investissement prises par les entreprises privées.

Le lecteur curieux n'est pas au bout de sa peine puisque ce sont ensuite les « people » qui sont convoqués pour faire la promotion, d'ordre évidemment publicitaire, de ce que *Marie-Claire* nomme « écologie ». Outre ces écolos devant l'éternel que sont le prince Charles, Arnold Schwarzenegger ou le prince Albert II de Monaco, sont ainsi proposées des interviews avec les acteurs Leonardo DiCaprio et Cameron Diaz ou avec la chanteuse Jenifer, interrogés sur leur « *désir de sauver le monde* ». On retiendra cette savoureuse question posée à l'acteur états-unien: « *Vous voulez dire que l'environnement est un problème politique?* ». La chose a évidemment de quoi surprendre quand, plus bas sur la page du site et avec la mention « à voir sur le même thème », démarre automatiquement une vidéo intitulée: « *Comment porter la jupe fendue cet hiver?* » Dépolitisation, que ne commet-on pas en ton nom?

Il est vrai que les questions posées ne prêtent pas vraiment à la mise en question du productivisme capitaliste et du consumérisme qui en dérive. À Jenifer par exemple on demande successivement: « *Vous sentez-vous l'âme d'une écolo?* », « *Êtes-vous une écolo addict?* », « *Quel est votre geste écolo quotidien?* », « *Résolution verte à venir?* », « *Votre première mesure si vous étiez présidente?* ». On ne s'étonnera pas que les réponses se ramènent à quelques proclamations de bonnes intentions, ou à des propositions politiques dont l'ampleur est proportionnée à la connaissance des enjeux. Ainsi celles de Jenifer: « *Je privilégierais le tri, car c'est un geste simple que tout le monde peut faire. Et aussi et surtout, je mettrais en place une mesure contre les scooters trop polluants, et nuisibles, ne serait-ce que pour le bruit de certains.* » Le réchauffement climatique n'a qu'à bien se tenir!

Tout est donc bon pour ne pas remettre en cause un mode de production et de consommation insoutenable. Individualiser et dépolitiser: voilà les mots qui résument la démarche d'un

magazine comme *Marie-Claire* sur la question écologique — et celle de nombre de grands médias « généralistes ». Ainsi, dans la rubrique « Actualités écologie », on ne trouvera guère d'informations utiles sur les effets prévisibles de la fonte des glaces ou l'état de la biodiversité (entre mille exemples), ni des débats contradictoires sur les solutions politiques pour faire face au basculement climatique, ou sur la question de l'articulation entre les questions sociale et environnementale. *Marie-Claire* est davantage préoccupé par un « *bon plan: faites garder vos plantes cet été* », et livrent « *5 raisons de tester le pressing écologique* ».

Mieux, une bonne partie des articles qui composent cette rubrique portent, non pas sur l'environnement, mais s'interrogent sur le rapport des lectrices aux OGM (« *vous sentiez-vous menacé par les OGM?* »), à l'engagement (« *Êtes-vous prêtes à sacrifier vos vacances pour sauver la planète?* ») ou la pollution (« *Êtes-vous préoccupé par le pic de pollution que connaît la France?* »). On notera au passage que la participation à ces « débats » est stimulé par des moyens fort éloignés, là encore, de la critique politique du consumérisme: « *Donnez votre avis Haut&Fort sur le débat de la semaine en postant un commentaire ci-dessous et tentez de gagner un superbe sac besace Paul & Joe sister modèle Clarkii jusqu'au 23 février 2011!* ».

On peut pour finir évoquer un article particulièrement révélateur du rapport, dépolitisant et démobilisant, de *Marie-Claire* à la question environnementale. Intitulé « *Les 10 bonnes (ou mauvaises) raisons de se mettre au vert* », il mêle la

sauvegarde de la planète (présentée de manière ironique: « *Vous, lectrice de [www.marieclaire.fr](http://www.marieclaire.fr), soyez une femme debout, et allez au combat, maintenant, le poing levé* »), à des justifications pour le moins éloignées des enjeux environnementaux: « *Parce que c'est la couleur de l'hiver* », « *Pour économiser* », « *Parce que c'est tendance* », « *Pour séduire Leonardo DiCaprio* », « *Parce que le vélo, ça fait de belles jambes* », « *Parce que tout le monde parle de ça* », « *Pour sauver la planète* », « *Pour déculpabiliser* », « *Pourquoi pas?* », « *Parce que vous ne trouverez jamais 10 raisons de ne pas l'être* ».

\*\*\*

Voici un aperçu de la manière spécifique dont un magazine féminin peut dévoyer, en la retraduisant dans son langage, consumériste et individualisant, la critique écologique du monde tel qu'il va. Il est évident que chaque segment de la presse tend à intégrer la question environnementale selon ses intérêts et critères propres. On pourrait par exemple étudier le traitement qu'en propose la presse économique pour montrer que, de même qu'elle tend à réduire l'économie aux questions purement financières, elle se contente généralement, quand elle prétend traiter de l'environnement, d'évoquer les projets des grands groupes de l'énergie, les profits potentiels de l'essor des énergies renouvelables, etc. Mais généralistes ou spécialisés, quand il s'agit de repeindre le capitalisme en vert, les grands médias ne sont pas avares de leurs coups de pinceaux.

The image shows a screenshot of a website section titled "Tous les articles Ecologie". It features two article teasers. The first is under the heading "SOINS DU VISAGE" and is titled "COSMÉTIQUES : LES NOUVELLES MARQUES DE BEAUTÉ BIO". The text below it says: "Si certaines marques sont des pionnières en matière de cosmétiques bio, d'autres se sont lancées très récemment, en profitant de l'essor du marché de l'écologie. Marieclaire.fr vous propose de faire le point sur ces nouvelles marques de beauté bio et sur leurs engagements écologiques." The second article is under the heading "ACTUALITÉS ÉCOLOGIE" and is titled "BON PLAN : FAITES GARDER VOS PLANTES CET ÉTÉ". The text below it says: "Fini les fleurs fanées quand vous rentrez de vacances ! La chaîne de magasins Bio c'ton propose d'arroser gratuitement vos plantes cet été." There are also some small icons and a "Recevoir" button visible in the screenshot.

# TARTUFFERIES MÉDIATIQUES

**Enjeux écologiques présentés de façon inoffensive, superficielle, dépolitisée, et finalement compatible avec les intérêts des grandes industries, même les plus polluantes: suite de notre ballade, pas franchement bucolique, à travers l'écologie médiatique. Parmi les plus fournies et représentatives de l'offre globale sur le sujet, la rubrique « Planète » du site internet de BFM-TV, et les pages « Sciences et Environnement » du site du *Figaro*.**

**D**E FAÇON générale, malgré quelques différences, qui tiennent aux lignes éditoriales respectives des médias qui les abritent, le contenu de ces rubriques (comme de tant d'autres) est, à de rares exceptions près, d'une grande homogénéité. En particulier, sur BFM-TV (qui n'affiche officiellement aucun parti pris), comme dans *Le Figaro* (quotidien ouvertement partisan), le pluralisme est en berne: les points de vue des acteurs les plus engagés pour la cause écologique sont systématiquement tenus à distance. Rien d'étonnant à cela puisque, comme nous l'avons montré dans « Les journalistes, l'écologie et le capitalisme » (p.11-14), les questions environnementales sont appréhendées dans les médias dominants de telle sorte que la question de la compatibilité des logiques capitalistes avec la protection des écosystèmes reste hors-cadre.

Dès lors, les causes des atteintes à l'environnement sont largement éludées pour mieux déplorer leurs conséquences. Et dans les pires des cas, dont BFM-TV et *Le Figaro* nous offrent l'exemple, les « informations » proposées ne représentent bien souvent qu'une manière déguisée de se pâmer, indifféremment, devant les merveilles de la nature, les derniers produits de grande consommation ou les dernières innovations de l'industrie des transports et de l'énergie, pour peu qu'ils soient estampillés « verts ».

## DES INFOS « 100 % GREEN »

Cette nouvelle doxa du « capitalisme vert » paraît si ancrée dans les représentations des journalistes, ou de certains d'entre eux du moins, que même l'industrie du luxe et l'hyperconsommation ostentatoire qu'elle nourrit peuvent désormais se voir décerner le label « écologique ». C'est ainsi qu'une certaine Livia Firth, fondatrice d'un « site de mode éthique » (*sic*) put récemment obtenir de certaines rédactions

parisiennes quelques pages de publicité gratuite et une belle image de militante de la cause environnementale.

Ainsi, le *Figaro Madame* titrait le 19 octobre « Livia Firth, l'écoguerrière », avant de poursuivre: « *L'épouse charismatique de l'acteur Colin Firth milite pour une mode éthique. Au dernier Festival de Cannes, cette passionaria du chic recyclable et la maison Chopard ont fait entrer la haute joaillerie dans l'ère du développement durable. Portrait d'une battante de charme.* » De même, *Paris Match*, dans son numéro du 17 octobre, offre à ses lecteurs une interview intitulée « L'amie des stars impose la mode écolo sur tapis rouge », et enchaîne des questions aussi percutantes et essentielles à la sauvegarde des écosystèmes

que: « *Qu'est-ce qu'une robe du soir green?* », « *Pourquoi est-ce si important de faire du glamour green?* », « *Êtes-vous habillée green aujourd'hui?* ».

Cerise (verte) sur le gâteau, l'entretien est complété par une sélection « À la mode green », accompagnée de cette injonction: « *Adoptez le look qui fait du bien à la planète* », et par une page « tendance », qui présente six autres produits comme

« six infos 100 % green » supplémentaires. On y trouve notamment la présentation d'une montre développée en partenariat par Omega et Planet Ocean, la fondation de Yann Arthus-Bertrand. Et l'on apprend que ses heureux acquéreurs, prêts à déboursier... 5900 euros, auront la satisfaction de savoir qu'ils contribuent à la « *préservation de la mangrove en Asie du Sud-Est* ».

Ces quelques pages de publi-reportage « people » qui, sous couvert d'« éco-responsabilité », invitent en réalité à se conformer aux formes de consommation les plus effrénées — la mode n'est-elle pas par définition éphémère et condamnée à l'obsolescence permanente —, illustrent en toute légèreté cette vogue médiatique pour la « croissance verte ».

## BFM-TV : LES VRP DU « CAPITALISME VERT »

Ce « capitalisme vert » est célébré chaque semaine, sur un mode beaucoup plus « sérieux », par l'émission « Green business » sur BFM-TV. Pompeusement présentée dans son générique comme « *le magazine des hommes et des entreprises qui prennent soin de la planète* », l'émission voit surtout des journalistes prendre soin d'entrepreneurs et d'entreprises qui s'autoproclament soucieux de l'environnement. D'ailleurs, il n'est jamais question de « la planète » dans « Green Business », ni des causes (au moins économiques) des dégradations de l'environnement, mais seulement de produits innovants, de chefs d'entreprises visionnaires, d'investissements et de création de valeur...

Toute verte qu'elle prétende être, « l'économie de demain » telle que la dépeint « Green Business » reste donc soumise aux mécanismes de marché, à la concurrence entre intérêts privés et aux impératifs de maximisation du profit: pas question d'envisager que ce capitalisme-là, voire le capitalisme tout court, soit incapable de verdir! D'ailleurs, Nathalie Croisé, présentatrice de « Green Business » et rédactrice pour BFM Business, sait très bien, au risque de la complaisance, ne pas se fâcher avec les puissances économiques établies en attestant, par exemple, à l'occasion d'un article intitulé « LVMH: 20 ans de stratégie durable », de la sincérité de leur ripolinage écologique. Et pour être bien en prise avec cette économie sonnante et rébuchante, « Green Business » fait intervenir dans chaque émission une « experte » de GreenUnivers.com, qui se présente comme le « *premier média d'information économique et financière sur les marchés de l'environnement* », et qui a su bien s'entourer (voir ci-contre).

Dans cette perspective strictement marchande, la pollution de l'air des espaces intérieurs n'est pas forcément une mauvaise chose: quand elle devient un problème de santé publique, sa détection et son analyse peuvent devenir un marché très juteux,

comme le soulignait délicatement l'émission du 27 octobre 2013. Quoi de plus normal dès lors que de rendre hommage aux ingénieurs du CEA et du CNRS qui sauront faire fructifier dans Ethera, la start-up qu'ils ont créée, les innovations permettant de détecter ces polluants. L'atmosphère des habitacles automobiles se révèle également nocive? « Green Business » convie un acteur majeur du secteur automobile, Midas, qui ne propose évidemment pas de développer les transports en commun, mais un système de purification à renouveler tous les six mois, pour son plus grand profit...

Quoi qu'on pense de la plausibilité et des vertus d'une hypothétique « économie verte » qui serait en train d'éclore, on peut déplorer qu'une émission comme « Green Business » ne daigne jamais traiter d'autres options et d'autres chemins menant à une économie plus respectueuse de l'environnement, comme celles (proches de la décroissance et de diverses modalités d'éco-socialisme) qui visent à rompre plus ou moins radicalement avec le productivisme et avec une organisation de la production qui interdit tout choix collectif et engendre des inégalités abyssales.

### PROBLÈMES SANS CAUSES, SOLUTIONS TECHNIQUES

À ne jamais envisager que l'organisation et les finalités d'une économie dominée par le profit et l'accumulation puissent être à l'origine des atteintes à l'environnement et de leurs conséquences, il n'est pas très surprenant que celles-ci apparaissent souvent dans les grands médias les plus préoccupés des dividendes des

actionnaires comme des tragédies sans causes: des tragédies auxquelles on tente d'apporter les solutions « technologiques » les plus complexes plutôt que de combattre ou d'interroger les origines des maux que l'on prétend guérir. Quelques exemples tirés du *Figaro*, sur les sujets les plus variés:

— C'est avec enthousiasme que le quotidien de Dassault annonce le 28 octobre 2013 que « Pékin serait prête à tester un "aspirateur géant" contre sa pollution », enthousiasme à peine douché par un « expert » perplexe préférant envisager des mesures qui viseraient à réduire les émissions polluantes.

— De même, c'est un riz OGM qui fonde les espoirs du journaliste du *Figaro* pour lutter contre la gastro-entérite qui « est responsable chaque année dans le monde de quelque 700 000 décès de nourrissons, principalement dans les pays en voie de développement », dans un article du 31 octobre qui n'évoque même pas le développement de l'accès à l'eau potable ou à des soins élémentaires.

— Ce sont encore des prouesses techniques qui sont célébrées dans des articles, expliquant le 28 août « Comment les zoos préservent les espèces menacées », ou, le 21 octobre, comment on peut utiliser « La géolocalisation au secours des baleines ». En revanche, pas un instant ne sont envisagés le ralentissement d'un trafic maritime en croissance constante depuis des décennies et qui met en danger les cétacés, ou un renforcement de la coopération Nord-Sud qui permettrait d'éviter le braconnage et la disparition des habitats de nombreuses espèces sauvages.

— Plus inconséquent encore, la publication, le 6 novembre, du « *triste palmarès* » des « 10 sites les plus pollués du monde », avec, diaporama à l'appui, recension des atteintes à l'environnement, du nombre de personnes affectées, mais un silence total sur les responsables de ces catastrophes...

— Et si le rédacteur de cet article indique que Fukushima rejoindra probablement la liste dans les années à venir, c'est qu'il n'avait sans doute pas lu les excellentes nouvelles



parues le 2 septembre dans la même rubrique, et qui s'extasiaient devant l'audace des quelques Japonais heureux de « Surfer à l'ombre de Fukushima »!

**LA NATURE,  
SOURCE INÉPUISABLE DE RAVISSEMENT**

Une écologie médiatique inféodée aux logiques dominantes de production de l'information ne saurait s'épanouir sans générer ses propres faits divers. Avec force diaporamas, le caractère photogénique de ce type « d'actualité » n'ayant pas échappé aux responsables éditoriaux, on trouve ainsi, dans *Le Figaro* comme sur BFM-TV:

- des histoires émouvantes: « Haute-Vienne: le préfet autorise l'adoption d'un sanglier par un couple » (BFM-TV, 28 août), « Le sauvetage d'un dauphin prisonnier d'un sac plastique » (*Le Figaro*, 22 novembre);
- des histoires effrayantes: « L'astéroïde Apophis va frôler la Terre mercredi » (BFM-TV, 8 janvier), « Des araignées venimeuses envahissent la Grande-Bretagne » (BFM-TV, 14 octobre);
- des anecdotes distrayantes: « Les oiseaux connaîtraient le code de la route » (BFM-TV, 27 août); « Le blobfish élu animal le plus laid du monde » (BFM-TV, 13 septembre);
- soit encore des articles qui relèvent du simple documentaire de voyage: « Le palmarès 2013 des plus belles photos de nature sauvage » (*Le Figaro*, 17 octobre), etc.

Bref, autant de pages qui ont pour principale caractéristique d'être d'une grande pauvreté informative.



Au-delà même du fatalisme qui semble affecter BFM-TV et *Le Figaro* lorsqu'ils abordent les questions environnementales, au-delà de leur sympathie *a priori* envers tout entrepreneur qui se dit soucieux de « l'avenir de la planète », le développement de rubriques consacrées aux questions écologiques dans ces médias laisse un désagréable arrière-goût d'incohérence, voire de schizophrénie éditoriale. Même lorsque des articles pointent, comme sur BFM-TV le 22 novembre, le pessimisme des ONG impliquées dans les négociations sur le climat et la diminution des émissions de gaz à effet de serre (« La conférence sur le climat aura lieu à Paris en 2015, bon courage! »), ou dans *Le Figaro* le 29 juillet, la pollution massive par l'agriculture productiviste des cours d'eau français par les pesticides (« Très peu de cours d'eau échappent aux pesticides »), on ne peut s'empêcher de les lire comme des hommages du vice à la vertu. Comment oublier en effet que les médias qui les publient sont par ailleurs des partisans fanatiques des milieux d'affaires qui avant toute considération sociale et environnementale, n'ont comme ambition que de développer leurs profits?

**DES PARTENARIATS AUDACIEUX**

Le 9 décembre 2013, *Le Monde*, en partenariat avec Sciences Po (chaire du Développement durable) et MINES ParisTech (ISIGE), organise « Les débats du Développement durable » autour de la question d'une question brûlante: « Où est passée l'écologie? »

« Où est passée l'écologie? » On se le demande. Désormais, on tient la réponse: dans la promotion conjointe de deux marques: *Le Monde* et... McDonald's.



Le programme, alléchant comme un Big Mac, indique que « Delphine Smaghe, Vice-présidente McDonald's France, en charge du Développement durable et des Relations extérieures » participera discrètement à un débat sur la conciliation de la qualité et de la quantité. On appréciera le couplage entre le Développement durable et les Relations extérieures: communication, quand tu nous tiens! Et pour qu'il ne reste plus aucun doute sur la nature et le sens de ce nouveau partenariat écologique, les personnes intéressées sont invitées à s'inscrire... sur le site du Monde-publicité!

Dans cette veine du partenariat écologique, la radio BFM Business n'a rien à apprendre du *Monde*. Le 25 novembre dernier, elle s'associait au pétrolier Total pour organiser une journée de débats consacrée à... la « transition énergétique »:



Une idée lumineuse que de réfléchir à la « sortie du pétrole » avec un des principaux producteurs mondiaux d'or noir, et une belle illustration de ce qu'indépendance et objectivité veulent dire!

# LA PROMOTION MÉDIATIQUE D'UN MANIFESTE « ÉCOCAPITALISTE »

**Le 24 octobre dernier paraissait le dernier livre de la navigatrice Maud Fontenoy, sobrement intitulé *Ras-le-bol des écolos*. Retour sur la façon dont les journalistes ont assuré la promotion de l'ouvrage — ou comment, sous couvert d'expertise et grâce à de solides relais médiatiques, les conceptions néolibérales de l'écologie se propagent insidieusement dans le débat public.**

**O**N PEUT parler d'une médiatisation élevée *relativement* aux fortunes médiatiques moins heureuses que connaissent la plupart des ouvrages qui paraissent sur le même thème. Cependant, tous les médias n'ont pas relayé cette publication. Sans que le comptage soit parfaitement exhaustif, on a relevé, sur une période de dix jours, quatre interviews et trois références dans des médias nationaux généralistes de grande audience. Précisons également que ce sont des journalistes généralistes (dont le rôle est souvent plus d'animer et de présenter que d'investiguer), et non des journalistes spécialistes de l'actualité environnementale, qui ont participé à la promotion de ce manifeste pour une écologie « libérale » comme la qualifie Bruce Toussaint (I-Télé, 23 octobre 2013).

Cette forte médiatisation du dernier ouvrage commis par Maud Fontenoy montre, s'il en était besoin, qu'il n'est guère nécessaire d'avoir accumulé un savoir spécialisé pour faire office d'expert dans les médias généralistes. On sait depuis l'essai de Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, que le jeu médiatique aboutit régulièrement à consacrer des experts et expertises qui n'ont pourtant reçu aucun crédit dans le champ scientifique. Tant que le soi-disant spécialiste peut se targuer de quelques diplômes, de quelques ouvrages et d'une problématique qui va dans le sens du courant (des) dominant(s), il jouit aisément des révérences de l'élite des journalistes qui, par là même, l'érige en référence. Plus récemment, le documentaire *Les Nouveaux Chiens de garde* montrait de quelles façons les médias consacrent un microcosme d'experts à la botte des pouvoirs (économique et politique). Mais avec Maud Fontenoy, l'inconsistance des visages médiatiques de l'expertise, et leur subordination aux intérêts dominants, apparaît en pleine lumière.

Il y a en effet de quoi rester perplexe quand on met en parallèle les motifs de sa popularité, l'ambition de son message et la manière dont certains journalistes généralistes

le relaient. Célèbre pour ses performances sur les océans [1], la navigatrice instrumentalise ce qui apparaît aux yeux de beaucoup comme des « exploits » pour s'instituer en égérie de la cause environnementale. Mais pas n'importe quelle égérie.

Âgée de 36 ans, fille d'un chef d'entreprise ayant fait fortune dans l'immobilier, celle qui se propose de secourir la planète est complaisamment dépeinte comme une femme moderne, dynamique, entreprenante, positive, altruiste, consciente et réaliste. Sa fondation, qui mise sur l'éducation à l'environnement des plus jeunes pour, nous dit-on, regarder l'avenir — et ne surtout pas se retourner sur les éventuels faux pas d'un passé dépassé — lui permet ainsi de renouveler l'histoire qu'elle raconte aux journalistes. Ces derniers sont d'autant plus fascinés par cette ambassadrice ambitieuse de l'environnement qu'elle entretient des fréquentations dans le gratin tant culturel — Marion Cotillard, Læticia Hallyday et Luc Besson parrainent sa fondation — que politique (puisqu'elle murmurerait aux oreilles de Borloo et Sarkozy).



On pourrait comprendre, à défaut d'y souscrire, que les journalistes considèrent celle qui a traversé les océans comme un témoin légitime de leur dégradation. Passons donc sur le fait qu'ils l'interrogent sur l'importance de la protection des ressources maritimes, voire sur les vertus de la ténacité pour affronter des défis à la hauteur de ceux représentés par la destruction tous azimuts des écosystèmes naturels. Mais on se frotte carrément les yeux quand *I-télé*, *France Info*, *Le Point*, *RTL* ou *Direct Matin* en viennent à considérer Maud Fontenoy comme une experte des relations entre l'économie et l'écologie. Car on a beau chercher dans sa trajectoire: rien ne vient asseoir son autorité en la matière. Hormis ses deux années de droit et quelques suppositions [2], aucune trace d'une quelconque habilitation à défendre solidement l'idée selon laquelle, comme elle le répète de micros en micros, « le rentable peut-être durable ».

C'est pourtant cette « autorité » qui lui assure une certaine visibilité médiatique, et dont elle profite pour se livrer régulièrement à un plaidoyer en faveur d'un « capitalisme vert » [3]. Il est vrai que, si Maud Fontenoy a fait ses preuves, ce n'est pas seulement sur les océans mais dans les médias, puisqu'elle a animé une émission chaque matin, en août 2007, sur Europe 1, ainsi qu'une émission hebdomadaire sur LCI, en septembre de la même année.

On ne saurait laisser entendre que les journalistes dominants ne sont pas des gens sérieux, cultivés, rigoureux, et à qui « on ne la fait pas ». Ces qualités proverbiales de l'éditocratie auraient sans doute dû nous mettre à l'abri du coup de force symbolique de la navigatrice, (auto)proclamée experte de l'économie verte. Mais dans un monde médiatique habitué depuis plus de 20 ans à privilégier ceux qui savent peu sur tout à ceux qui savent beaucoup sur peu, il ne paraît plus incongru de demander très sérieusement à une aventurière des mers comment, selon elle, le capitalisme peut sauver la planète des périls écologiques.

Cette irrationalité tient en outre aux caractéristiques et aux conditions de travail des journalistes qui tombent dans ce type de panneaux médiatiques. Qu'il s'agisse de Bruce Toussaint (I-Télé), de Marc-Olivier Fogiel (RTL) ou d'Olivier de Lagarde (France Info), leur prétention à pouvoir traiter de tous les sujets avec quelques heures seulement de préparation ne les incline pas à prendre la précaution élémentaire consistant à se demander si une navigatrice reconvertie dans l'éducation à l'environnement est la mieux placée pour dissenter du réalisme d'un projet prétendant mettre les marchés au service des environnements naturels. C'est donc aussi la question de la division et de la spécialisation du travail journalistique qui se pose ici.

Car à défaut d'engager une discussion approfondie sur les données et raisonnements qui autorisent Maud Fontenoy à plaider dans le sous-titre de son livre « pour qu'écologie rime avec économie » [4], ces porte-micros cautionnent allègrement sa charge contre



les « écolos verts qui fument des pet' avec des dreadlocks » [5]. Les interviews – destinés à augmenter les ventes de son livre, opportunément publié un mois seulement avant l'orgie consumériste de Noël – prennent une tournure morale: « *La pédagogie doit se faire en parlant des initiatives qui fonctionnent, des pays qui se mobilisent, par la sensibilisation dans les écoles. Il faut le faire avec enthousiasme, et non en disant "rien ne va plus, fermez la boutique"* » claironne la pseudo-experte dans *Direct Matin* le 21 octobre 2013.

Ce faisant, les journalistes s'accordent avec la navigatrice pour réduire l'écologie politique à *Europe Écologie-Les Verts*, comme si les projets politiques alternatifs cherchant à rendre indissociables les questions environnementale et sociale, en les mettant au centre de leur philosophie, n'étaient que des fantasmes puérils. Ne pouvant que consentir au lieu commun d'un « développement durable » pour adultes raisonnables, les hommes de médias s'entretenant avec Maud Fontenoy en oublient même de jouer leur rôle d'intervieweur, lequel supposerait un minimum de contradiction (dont ils ne se privent d'ailleurs généralement pas lorsqu'ils ont en face d'eux un porte-parole de la gauche de gauche). Aucune objection, ni même interrogation, sur les limites possibles du « capitalisme vert » ne sont ainsi formulées. Seules quatre questions tentent de troubler aimablement la navigatrice [6].

Deux sont posées par Fogiel, qui cherche visiblement à contrarier l'optimisme de la rameuse en

remarquant d'abord que la « fiscalité verte », en l'occurrence l'« écotaxe », se heurte aux mécontentements des secteurs économiques concernés et, ensuite, que les lobbys s'emploient à miner les actions publiques visant la protection de l'environnement. Si de telles observations pourraient plaider, dans une autre bouche que celle d'un animateur de RTL, pour une contestation de l'emprise patronale sur la législation, la manière dont il amène ces remarques révèle surtout le positionnement libéral de Fogiel qui recourt à un argument proprement populiste pour douter de la pertinence des mesures écologiques: « *Est-ce que c'est possible, est-ce que c'est une priorité pour les gens quand ils n'arrivent pas à boucler leurs fins de mois finalement? Au-delà du principe, le principe tout le monde est d'accord, mais dans la réalité?* » [7] Quand il considère les éoliennes, les voitures électriques et les panneaux solaires comme des solutions « alternatives », on comprend combien il juge en fait irréaliste toute mise en cause du régime capitaliste, lequel rend pourtant improbable toute action écologique conséquente.

Il n'en fallait pas moins à Maud Fontenoy pour réaffirmer l'urgence d'une approche « moderne » de l'écologie, c'est-à-dire positive, optimiste et conforme aux exigences marchandes, afin de neutraliser ces résistances libérales en les satisfaisant. Les journalistes dominants étant eux-mêmes coutumiers de ces oppositions binaires entre le « moderne » et l'« archaïque », un tel appel à la modernité ne pouvait que résonner positivement à leurs oreilles.

Les deux autres questions censées bousculer la navigatrice viennent d'Olivier de Lagarde qui lui accorde près de 20 minutes d'antenne sur France Info (soit trois fois plus que Toussaint ou Fogiel). Faisant allusion à Pierre Rabhi (écologiste proche des mouvements pour la décroissance et qui défend une « sobriété heureuse [8] »), qu'il a interrogé une semaine avant elle, il lui demande s'il « n'y a pas une autre façon, [s'il ne faut pas réfléchir d'une autre façon] le lien entre « croissance économique et le pillage des ressources naturelles [9] ». Ne doutant de rien, Maud Fontenoy affirme alors admirer ce partisan de l'agriculture « raisonnée », reconnaissant au passage qu'elle n'en a pas « ras-le-bol » de tous les écologistes. Mais plutôt que de pointer cette contradiction pour en creuser les implications, le journaliste en reste là et poursuit sur les arguments de l'aventurière. Celle-ci lui offre toutefois une seconde opportunité de questionner la tension sous-jacente à son argumentaire lorsqu'elle explique à plusieurs reprises qu'il faudrait davantage « exploiter » les océans et notamment leur potentiel pharmaceutique. Olivier de Lagarde finit alors par lui demander : « Mais alors qu'est-ce qu'il faut faire Maud Fontenoy ? Il faut mieux protéger les océans ou mieux les exploiter ? »

Le meilleur est cependant à venir. Pour conclure l'interview, le journaliste lui demande : « Mais vous, vous n'avez jamais eu envie de vous engager en politique ? ». Question purement rhétorique, ou pure ignorance ? Il se trouve en effet que Maud Fontenoy a été en 2004 candidate sur une liste UMP aux élections régionales (en île-de-France). Il est significatif que les



animateurs intervieweurs ignorent — ou feignent d'ignorer — cet ancrage politique et idéologique, comme Bruce Toussaint qui l'accueille ainsi : « Première question, est-ce qu'on est en train d'assister à la naissance de votre carrière politique ? [10] »

En omettant ces éléments d'explication, ces journalistes laissent croire que Maud Fontenoy se tiendrait au-dessus des partis, comme si l'écologie ne pouvait être l'objet de controverses politiques et idéologiques. Que la navigatrice se reconnaisse dans les idées libérales portées par la droite, c'est évidemment son droit ; mais que les journalistes n'en fassent pas mention (ou sous une forme anecdotique, en laissant entendre que Nicolas Sarkozy aurait tenté de la séduire), voilà qui est beaucoup plus ennuyeux pour la lisibilité des débats.

Ce caractère politique est pourtant évident, comme l'illustre d'ailleurs la remarque de l'infatigable Franz-Olivier Giesbert : « À ce propos, si l'écologie politicienne vous déprime — et il y a de quoi —, lisez sans attendre l'excellent livre de Maud Fontenoy, *Ras-le-bol des écolos. Voilà une écologiste entraînée et volontariste qui, après avoir instruit le procès de ces parasites gouvernementaux, célèbre le développement durable contre le fatalisme dominant* » explique-t-il dans son édito du *Point* du 31 octobre 2013.

Pour devenir un expert médiatique, il suffit donc désormais d'exhiber auprès des journalistes, animateurs et intervieweurs dominants, un certificat de popularité. Ce faisant, ces derniers accentuent la tendance du champ journalistique à célébrer des experts aussi

inconsistants que péremptores. Ce sont des logiques de cet ordre qui permettent à Maud Fontenoy, non seulement d'apparaître comme une experte du « business durable [11] », mais également d'affirmer à demi-mot que l'écologie doit définitivement se défaire de toute critique du capita-

lisme et du productivisme, si elle veut être reconnue comme réaliste et valable.

De là à imaginer des reportages célébrant un bataillon d'écologistes courant au secours des espèces en voie de disparition au volant de leurs grosses cylindrées, il n'y a qu'un pas...

[1] En 2003, elle traverse à la rame l'océan Atlantique, et en 2005, l'océan Pacifique. En 2006, elle effectue à la voile un tour de l'hémisphère Sud à contre-courant.

[2] L'institution scolaire n'ayant pas le monopole du savoir, on en vient à supposer qu'elle aurait pu acquérir par elle-même, au gré de lectures et de discussions, une connaissance spécifique des logiques du capitalisme et de leurs rapports aux environnements naturels.

[3] Voir D. Tanuro, *L'impossible capitalisme vert*, La Découverte, 2010. On pourrait d'ailleurs comparer la place offerte à Maud Fontenoy et le très faible écho — pour ne pas dire inexistant — qu'a rencontré le livre de Tanuro, pourtant très bien documentée, dans les médias dominants.

[4] Quatre jours après l'interview de Fontenoy par Olivier de Lagarde, France info revient toutefois sur certaines erreurs contenues dans cet ouvrage. La correction est réalisée par Jean-Marc Jancovici, expert des questions énergétiques, très actif dans les médias depuis une dizaine d'années mais dont l'autorité en matière d'économie et d'écologie repose sur des bases nettement plus sérieuses que celles de la rameuse.

[5] Maud Fontenoy dans l'émission « RTL Soir » de Fogiel, 22 octobre 2013.

[6] Sur les 32 minutes d'interviews observées pour étayer ce texte, cela ne représente pas plus de deux minutes d'échanges dans la mesure où Maud Fontenoy s'empresse, à la suite de ces questions « dérangeantes », de digresser sur des thèmes lui étant plus favorables.

[7] « RTL Soir » de Fogiel, 22 octobre 2013.

[8] Pierre Rabhi, *Vers la sobriété heureuse*, Actes Sud, Arles, 2010.

[9] Olivier de Lagarde dans son émission « Un monde d'idées », 24 octobre 2013. À noter que dans l'édition du 14 octobre 2014 de la même émission, il n'hésite en revanche pas à interroger Pierre Rabhi sur l'irréalisme de son approche en lui faisant par exemple remarquer, conformément à la *doxa* capitaliste, que la croissance économique est ce qui permet la création d'emplois ou que les progrès de la médecine ont permis l'élévation de l'espérance de vie.

[10] « L'invitée de Bruce Toussaint », *1-Télé*, 23 octobre 2013.

[11] Expression reprise par Bruce Toussaint lors de son interview de Maud Fontenoy le 23 octobre 2013.

# RETOUR SUR UN « MASSACRE » : LE POINT ET LES ÉOLIENNES

Dans son numéro du 4 août 2005, *Le Point* livrait une charge violente contre l'installation d'éoliennes en France — un vrai « Massacre à l'éolienne », selon les deux auteurs: c'est le titre de cet article tout en nuances. Mais dans cette affaire, c'est surtout le journalisme qui est soumis à rude épreuve.

## LE POIDS DES MOTS

**D**EVINETTE. À partir des mots suivants, extraits de l'article du *Point*, saurez-vous identifier la menace qui pèse sur nos « vallées verdoyantes, nos falaises sauvages, nos rivières paresseuses, nos forêts frissonnantes » (selon les mots utilisés dans l'article pour décrire les paysages français)?

Voici la liste: « Massacre », « éruption traumatisante », « inflammation », « explosion », « griffer le ciel », « France défigurée », « tsunami aérien », « crime esthétique », « empoisonner », « hanter les nuits », « pris d'assaut », « oiseaux déchiquetés par des hachoirs tournoyants », qui « s'abattent sur la France comme un vol de moineaux »...

Alors? Les éoliennes? Non! Dites plutôt des « mangeuses de vent », des « forcenées », « des monstres »!... L'heure est grave. D'autant que le péril vient d'ailleurs, de l'étranger! Les auteurs s'offusquent de constater que les constructeurs d'éoliennes étaient « tous étrangers! » (danois et allemands, précisent-ils). « Leurs équipes commerciales s'abattent » sur nous. Le patriotisme économique refait surface. Mais s'évanouit aussitôt. Quelques lignes plus loin, on apprend qu'EDF, les pétroliers nationaux, les communes et les particuliers profitent aussi de la manne... On respire.

## PARTIALITÉ

C'est un exploit. Vous ne trouverez dans cet article pas une seule citation, pas un seul nom, pas un seul argument des partisans des éoliennes. Il n'y en a que pour les opposants. Pourtant, bien entendu, des amateurs d'éoliennes, ce n'est pas ça qui manque. Le Syndicat des énergies renouvelables

et son tonitruant président Antolini? Escamoté! L'Ademe et ses études? Oubliées! Les ministères de l'Industrie et de l'Environnement et leurs groupes spécialisés? Absents! L'association Les vents de l'espoir et ses argumentaires-pétitions? Inconnue! Certes les micros ou les plumes qui se tendent vers M. Blanc après avoir interrogé M. Noir tiennent parfois de l'exercice médiatique obligé un peu hypocrite, mais les quelques noms qui précèdent sont presque incontournables sur le sujet. Il est vrai qu'ils auraient pu facilement démonter les (rares) arguments de l'article [1]. Autre particularité: alors que l'on nous décrit abondamment l'état d'esprit (malsain) des partisans des éoliennes, on garde un silence prudent sur celui de leurs opposants [2]...



En 2012, le massacre continue...

tants »... Pas sûr que l'outrance et la révérence soient les meilleurs moyens d'informer le lecteur sur un sujet aussi riche et complexe.

## MOINS ON EN FAIT...

Forcément de tels excès de vocabulaire et de cachotterie fatiguent. Et hors de leurs envolées chevaleresques, nos auteurs sont à la peine. Dès la dixième ligne, ils annoncent 700 éoliennes en France cet été quand leur infographie, plus bas, n'en dénombre que 440. Ils rendent compte d'annulation de projets à Fruges (Pas-de-Calais) et ne citent pas le dernier jugement du mois de mars (quatre mois

avant l'article) qui pourtant annule encore plus de permis [3]. Ils sont fiers d'avoir vu l'attestation d'acousticien d'un « copain de la voisine » mais ont oublié de lui demander les résultats de ses mesures, de même que ceux d'un autre cabinet d'acoustique qui resteront dans les limbes – trop de travail sans doute. Ils énumèrent les dangers des éoliennes, notamment « les appareils électroménagers qui exploseraient dans les habitations », suivi d'un magnifique point d'interrogation entre parenthèses. Pourquoi ne pas dire aussi que les pales arrachent le linge qui sèche sur les fils? Ou perturbent la circulation des masses d'air, sinon des courants marins? Avec un (?), on peut tout se permettre...

Et ce n'est pas fini: nos journalistes jouent de malchance. Le jour de la sortie de leur article, le ministère de l'Industrie sort une étude sur le nombre de permis annulés. Il y en a eu 37 % l'an dernier. L'article ne retient que le chiffre de l'association Vent de colère: 50 %. En outre, 22 % des décisions préfectorales ont fait l'objet d'un recours. On est loin de la jacquerie générale décrite par les auteurs, qui auraient vraiment eu intérêt à appeler le ministère pour leur enquête!

Bref, nos deux spécialistes ne se sont pas foulés pour nous aider à comprendre les enjeux. À se demander si tel était bien leur but.

### OÙ EST L'INFO?

C'est le plus stupéfiant. Trois pages d'excès et de mauvaise foi pour se déchaîner sur l'adversaire et flatter les « résistants », et finalement presque aucune information. Ne parlons même pas d'éléments de « débats ». Penchons-nous sur les miettes.

*Grosso modo*, les auteurs critiquent le business autour des éoliennes et l'atteinte esthétique (le surtitre est « paysage »). Sur le volet économique des éoliennes, aucune entreprise n'est citée [4], aucun chiffre d'affaires donné, aucun budget d'EDF, de Total ou autre. Aucune prévision économique. On trouve seulement ce jugement de valeur: le prix de rachat

serait « *stratosphérique* ». Pourquoi ce qualificatif? [5]

Les auteurs semblent choqués aussi par les profits (il s'agit bien du *Point!*) des entreprises, des communes, des propriétaires... mais ne donnent que des exemples isolés. Un paysan gagne 2000 euros par an pour son terrain « inculte » (et un journaliste au *Point?*). Une commune double son budget... Quelle est la taille de la commune? Est-ce une exception? Est-ce plus qu'une taxe professionnelle de PME?... On ne sait pas. Vraiment court.

Même sur le volet esthétique de la question, on retrouve la même désinvolture. Les auteurs citant la présidente de la respectable Société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France, on pouvait s'attendre à un avis d'expert. « *France défigurée* » est la seule information, même pas entre guillemets, qui sortira de l'entretien supposé. Pourtant il y a des spécialistes des paysages (qui doivent même obligatoirement donner leur avis pour les permis de construire des éoliennes...). On aurait voulu savoir comment on évalue une défiguration, comment on mesure un impact. Hélas toujours rien que des gros mots... Ou des mots nouveaux. Décidément rétifs à donner des chiffres un peu généraux et sensés, les auteurs ne peuvent se résoudre à fournir un seul chiffre sur les nuisances sonores (facile à trouver pourtant mais sans doute trop faible...)! En revanche, ils inventent une nouvelle unité de mesure, le « wouf ». Dans le Finistère, en effet, un interlocuteur leur explique (ils citent entre guillemets) que l'éolienne fait « wouf wouf »... Merci, vraiment merci.

Incontestablement les auteurs se sont fait plaisir. La rigueur, la justesse, l'honnêteté, la cohérence voire la subtilité sont restées au placard. Pauvre lecteur. Sur ce sujet complexe il n'apprendra pas grand-chose. Pour l'essentiel, il saura maintenant à qui il faut s'adresser pour protester contre une implantation éolienne (mais pas pourquoi!). Deux lignes auraient suffi...

[1] Signalons rapidement quelques « légèretés ». L'UE n'incite pas à respecter le protocole de Kyoto comme il est écrit; elle s'est engagée à le respecter. Nuance. Les éoliennes ne fonctionnent pas à « 25 % de leur capacités » mais leur production annuelle, à cause de l'intermittence du vent, équivaut environ à faire fonctionner à pleine puissance la machine pendant le quart d'une année. Nuance encore. La France dans sa politique énergétique de renouvelable ne mise pas tout sur l'éolien comme indiqué dans le plan climat 2004 (avantages fiscaux sur le solaire par exemple, rachat d'électricité renouvelable...). On frise la mauvaise foi. Les auteurs dénoncent l'absence d'information du public en omettant de dire que la loi du 2 juillet 2003 exige une enquête ou une notice d'impact (selon les seuils). De même, le ministère de l'Industrie rappelle dans son étude d'août que les procédures sont longues car elles demandent plusieurs études. Donc du temps pour informer, manifester, protester...

[2] Pourtant dans un article du *Monde* (« Les éoliennes de la discorde », 5 octobre 2003), on pouvait lire que la jalousie, les rancunes, les règlements de compte, le syndrome du *NIMBY* (« *Not in my backyard* », ou « pas de ça chez moi ») comptent pour beaucoup.

[3] Ironie de l'histoire, nous avons lu cette information dans le magazine d'août de l'IUT de Tours en... journalisme.

[4] Pour être exact, une entreprise est citée à la fin de l'article. Auparavant les auteurs se sont permis cette envolée champêtre: « *les sociétés d'éoliennes surgissent du néant comme les champignons après une bonne averse* ». Combien de champignons à peu près? Aucun de ces nombreux champignons n'est cité mais sept noms d'associations protestataires (sur 230) sont donnés...

[5] Les rédacteurs expliquent que c'est deux fois le coût de production du kWh nucléaire. Et alors? Quel est le sens de comparer le prix d'une industrie émergente (l'éolien) à une industrie mature (le nucléaire); le prix « politique » (pour aider un secteur) à un prix commercial (archi-subsventionné par d'autres voies d'ailleurs)? Et que représente pour EDF, ce prix « stratosphérique » (par exemple en comparaison d'une campagne publicitaire)?

# RUÉE VERS LE PÉTROLE DE SCHISTE : FRANCE 2 S'ENTHOUSIASME...

... Et « oublie » les effets environnementaux de ce nouvel or noir.

**F**RANCE 2, 5 décembre 2011, JT de 20h. Après un reportage consacré aux membres de Greenpeace qui s'étaient permis de visiter — sans autorisation — quelques centrales nucléaires, David Pujadas enchaîne avec son art consommé de la transition: « À propos d'environnement et de sources d'énergie nous partons maintenant aux États-Unis. Le pays connaît, vous allez le découvrir, dans l'un de ses États, le Dakota du Nord, une nouvelle ruée vers l'or, mais il s'agit d'or noir, du pétrole, du pétrole de schiste plus précisément, très difficile à extraire. Des milliers de personnes ont afflué là-bas en quelques mois. Envoyés spéciaux... ».

Dans ce lancement, pas la moindre trace du vif débat sur le « pétrole de schiste » qui après s'être développé aux États-Unis, avait largement été relayé en France, suite à l'attribution de permis d'« exploration » par le gouvernement. La forte mobilisation avait alors rencontré un écho médiatique tel que même le 20h de France 2 en a sans doute parlé. Mais quelques mois plus tard, le temps a fait son œuvre, et l'on repart de zéro, comme permet de le constater ce résumé d'un reportage de deux minutes :

Après un plan large d'une caravane sur un parking, ce commentaire: « Des parkings de supermarché transformés en dortoirs, image banale... dans le Dakota du Nord. Dans ce camping-car, un père et son fils arrivés la veille après trois jours de route à travers les États-Unis. » Suit le témoignage d'un des occupants: « Tous les terrains de camping aux alentours sont bondés. Les premières places disponibles sont à 50 km, à l'extérieur de la ville. Or le travail, c'est ici qu'il est. C'est vraiment l'enfer de trouver un endroit pour dormir. »

Que se passe-t-il? La caméra balaye le paysage, puis un site d'exploitation de gaz de schiste. La voix off commente: « Pour comprendre ce qui se passe dans le Dakota du Nord, il faut oublier cette platitude consternante, ce froid glacial et regarder cette terre car là-dessous il y a beaucoup, beaucoup de pétrole. Un océan d'or noir découvert dans les années 50. Mais jusqu'à présent on ne savait pas extraire ce pétrole de schiste. Désormais [à l'image, schéma simpliste de la « fracturation »], en injectant de l'eau, du sable et des matières chimiques, on fracture la pierre et l'on atteint l'hydrocarbure. Résultat: le Dakota du Nord tourne à plein régime, c'est même la surchauffe économique. » L'enquête se poursuit auprès d'une responsable de l'agence pour l'emploi locale. Et elle l'assure: « En ce moment dans notre agence on a 18 500 postes à pourvoir, oui, 18 500! »

Dernière étape: « Regardez le sourire rusé de cet agriculteur, il loue ses terres aux producteurs de pétrole. Et puisqu'il a des droits sur les ressources du sous-sol, il touchera 20 % des ventes de la production. Les ouvriers regardent avec un certain amusement ce paysan, déjà richissime. Ce rancher a en fait 12 puits sur ses terres, de quoi largement assurer l'avenir de ses enfants. » Conclusion, débitée face caméra par l'envoyée spéciale: « Le Dakota du Nord, une terre promise pour des milliers de chômeurs américains. Incroyable revers de fortune pour cet État rural, l'un des moins visités aux États-Unis avant cette ruée vers l'or noir. »

Point final. On aura beau se frotter les yeux et revisionner le reportage, on n'y trouvera aucune allusion aux conséquences sur l'environnement de cette technique d'exploitation. Ses opposants dénoncent un désastre écologique, ses promoteurs même reconnaissent qu'elle n'est pas sans risque, et qu'en dit le journal de David Pujadas? Rien. Au contraire, il s'extasie devant les images pittoresques d'une nouvelle « ruée vers l'or », dont on salue l'incidence — réelle — sur « l'emploi » et les retombées économiques forcément favorables pour l'État du Dakota du Nord.

Les responsables de ce reportage ont-ils mesuré à quel point celui-ci ne pouvait être que lu comme une apologie sans nuance de l'exploitation du pétrole de schiste, sinon à sa promotion comme remède miracle à la crise, dans le contexte économique où il est diffusé? Peut-être... Seraient-ils tout simplement mal informés? Difficile de le dire. Et le mystère s'épaissit avec cette conclusion qui évoque l'« incroyable revers de fortune » du Dakota du Nord, alors que la journaliste veut manifestement dire le contraire de ce qu'elle dit. Un revers de fortune, c'est en effet un « retournement néfaste d'une situation précédemment favorable ». Alors, message caché, inconsciente prémonition ou... ignorance de la langue française? Les paris sont ouverts!

**14 novembre 2012 :**  
**Le Parisien s'inquiète des scrupules écologiques de François Hollande qui vient de confirmer l'interdiction de l'exploitation du gaz de schiste, nous privant de chasse au trésor et des joies de la fracturation hydraulique.**



# HERVÉ KEMPF : « ADIEU LE MONDE, VIVE REPORTERRE »

Le 2 septembre dernier, Hervé Kempf publiait sur le site Reporterre ([www.reporterre.net](http://www.reporterre.net)) dont il est le rédacteur en chef, un article expliquant les raisons de son départ du *Monde*, où il était journaliste spécialisé sur les questions écologiques depuis quinze ans.

Les extraits qui suivent constituent un témoignage tristement éclairant sur le fonctionnement interne d'un quotidien comme *Le Monde*, ainsi que sur la place qui y est faite à l'écologie et aux questions environnementales.

## NOTRE-DAME-DES-LANDES : INTERDIT D'ENQUÊTER

J'AI SUIVI avec attention le dossier de Notre-Dame-des-Landes depuis qu'en 2007, j'avais rencontré sur place des protagonistes du projet d'aéroport. J'y étais retourné en août 2009, enquêtant et présentant les arguments des uns et des autres, dans ce qui fut un des premiers articles de presse nationale abordant en détail le sujet.

Je gardais un œil attentif sur ce dossier qui ne semblait pas vouloir s'apaiser. J'avertis, dans une chronique du 5 octobre 2011, que cette affaire serait délicate pour un gouvernement socialiste : « *Il serait dommage qu'une éventuelle présidence socialiste s'ouvre par le spectacle de CRS évacuant des paysans et des écologistes pour faire couler le béton.* » En octobre 2012, des forces de police investissaient la zone de Notre-Dame-des-Landes où est censé être construit un aéroport. Elles venaient déloger les quelques centaines de personnes qui s'y étaient progressivement installées durant les années précédentes.

Je consacrais trois chroniques aux événements, dont deux peuvent être qualifiées de « scoop » : le 14 octobre 2012, j'avertissais de l'imminence d'une intervention policière, qui se produisit le 16 octobre ; le 21 octobre, je montrais que l'affaire n'était pas locale, mais bien nationale ; le 3 novembre, je révélais que M. Hagelsteen, le préfet de Loire-Atlantique qui avait préparé l'appel d'offres que remporterait ultérieurement la compagnie Vinci, avait plus tard été embauché par cette entreprise.

Durant toute cette période, entre la mi-octobre et la mi-novembre, je m'étonnais de la réticence du journal à suivre cette affaire, alors même que le service Planète aurait dû

plonger sur ces événements qui étaient alors le principal sujet de l'actualité environnementale. Sur place, dans la ZAD (Zone à défendre), les forces policières puissamment armées détruisaient maison après maison, noyant le bocage sous le gaz lacrymogène, mais rencontrant une résistance farouche des nouveaux habitants de la zone, des opposants de toujours et des paysans. Ces événements étaient quasiment tus par *Le Monde*. Le journal publiait cependant le 27 octobre, alors que la résistance se renforçait, un article étonnamment titré « Le ciel se dégage pour l'aéroport de Notre-Dame-des-Landes ». J'avais demandé dès le 16 à partir sur place en reportage, la chef de service me dit que ce n'était pas possible pour des raisons budgétaires.



Je traitais donc le sujet, tant bien que mal, par la chronique Écologie. Je dus m'absenter une semaine, juste après avoir publié, le samedi 3 novembre, l'information sur l'évolution professionnelle du préfet Hagelsteen. Ce papier fit du bruit : il intervenait à un moment où l'action policière échouait décidément à réduire la résistance. Alors que ce qui devait être expédié en deux coups de cuiller à pot se transformait en guérilla, cette information, comme tant d'autres

éléments du dossier, montrait que la cause si obstinément défendue par le Premier ministre était fort discutable.

Dans les jours suivants, en mon absence, un collègue était enfin envoyé sur place. Je revins le 12 novembre. Une grande manifestation devait avoir lieu le 16 novembre, elle s'annonçait d'ampleur importante. Je demandais à y aller, ayant suivi le dossier depuis le début. La chef de service s'y opposa. Au terme de l'échange, nous convînmes d'en référer au directeur adjoint de la rédaction, Didier Pourquery. J'allais voir celui-ci une heure plus tard. Il me dit que, par ma chronique, mes

livres, j'étais « *trop marqué* » et que je ne pouvais pas couvrir le sujet. J'objectais que mes livres n'avaient pas évoqué le sujet de Notre-Dame-des-Landes, que les chroniques avaient « *sorti* » des informations exclusives et exactes sur ce dossier, que, par ailleurs, j'écrivais dans les autres pages du journal différemment que dans la chronique qui, par nature, adoptait un ton et un angle fortement marqués. Mais non, « *moi, directeur de la rédaction, je décide que tu n'iras pas* ». Mais ne pourrais-je travailler avec un autre collègue? Non. Faire au moins un papier « *magazine* » dans le supplément hebdomadaire du journal? Non. Nous parlâmes assez longuement, mais la réponse était tranchée: je ne pouvais pas couvrir Notre-Dame-des-Landes pour *Le Monde*, hors la chronique. Je n'obtins qu'une chose: pouvoir partir en reportage sur mon temps libre pour celle-ci et pouvoir le raconter sur *Reporterre*.

Il m'envoya en fin d'après-midi un courriel indiquant: « *Bonsoir, En effet Hervé tu as bien noté que je ne souhaite pas que tu suives ce dossier pour le journal (ni pour le M d'ailleurs). Et j'ai bien noté que tu irais sur le terrain en tant que Hervé Kempf chroniqueur "engagé". Tout est clair. Merci. Didier.* »

Je répondis: « *J'irai sur le terrain en tant que journaliste. Je ferai mon travail, qui est de témoigner de mon époque, en relatant honnêtement un moment important de l'histoire du mouvement écologique. Dans le contexte actuel, le terme de chroniqueur "engagé" me paraît injurieux — à moins que l'on parle des "éditorialistes engagés" quand trois éditoriaux avalisent le Traité TSCG, ou de "chroniqueur engagé" à propos de notre camarade assurant la chronique Europe, aux vues très tranchées. J'en reste à ces exemples.* »

Contre tous les usages, j'étais dessaisi sans raison valable d'un dossier que j'avais couvert et fait mûrir depuis le début. On me bloquait les reportages, mais aussi les enquêtes sur une affaire où les intérêts économiques paraissaient singulièrement tortueux. En m'interdisant de traiter ce sujet, en refusant de donner écho à ce que je pourrais voir ou trouver dans mes enquêtes, on assumait le fait que *Le Monde* ne creuserait pas le dossier

de Notre-Dame-des-Landes. C'était, de fait, une censure. Que faire? À court terme, préparer mon reportage (qui s'effectuerait à mes frais) et prendre rendez-vous avec Erik Izraelewicz, qui fut calé le lundi suivant. [...]

La rencontre, lundi 19 novembre, avec Erik Izraelewicz, n'aboutit à rien. Nous discutâmes franchement, quoique calmement, car l'estime était, je crois, réciproque. Il me dit presque d'entrée de jeu qu'il soutenait sa direction. Il me reprocha l'accroche de mon reportage, en forme d'allégorie. Je lui répondis que c'était la réponse à la déloyauté du journal à mon égard. Il me dit que j'avais désobéi en allant à Notre-Dame-des-Landes, à quoi je répondis que Didier Pourquery m'y avait autorisé. J'évoquais l'idée que le journal aurait pu subir des pressions à propos du traitement de ce dossier. Erik dit que c'était injurieux. [...] Nous n'étions pas d'accord, mais je le respectais. C'était un homme droit, il écoutait. La vie continua. L'affaire n'était pas close. Il me restait la chronique. Je continuais à travailler avec les moyens du bord. Le 2 décembre, m'appuyant sur le travail de contre-expertise des opposants au projet de Notre-Dame-des-Landes, la chronique Écologie montrait comment, dans l'enquête publique, l'État avait manipulé les chiffres pour présenter comme profitable le projet. J'étais coincé dans les 2400 signes d'un article enfoui au fond du journal? Rien n'interdisait de développer la démonstration sur internet. De nouveau, ce travail repris par d'autres sites, eut un réel écho.

Mais un journaliste ne peut pas enquêter durablement sur les sujets délicats si le média qui l'emploie ne le soutient pas. Il y faut du temps, quelques moyens, la discussion avec des collègues motivés, la force de la carte de visite. Je savais dans quelles directions il faut porter le regard, l'indiquais dans la chronique du 16 décembre (« *Voici le programme* ») et notamment sur « *le comportement des grandes firmes de génie civil et concessionnaires, à la puissance financière devenue énorme et qui, par des formules de type partenariat public privé, s'assurent la gestion d'opérations qui sont logiquement de la responsabilité publique.* »

Je vis le directeur par intérim, Alain Frachon, le 5 décembre. Discussion intéressante, mais qui n'aboutit à rien: le fond du problème était nié. Dans une lettre qu'il m'écrivit le 17 décembre, il exprima le point de vue officiel de la direction: « *Ce ne sont pas tes compétences qui sont en question, mais un problème d'image: nous tenons à ce que l'approche du journal reste aussi impavide que possible, tout particulièrement dans les pages Planète.* »

À quoi je répondis: « *Impavide, nous dit le dictionnaire, signifie "qui n'éprouve ni ne manifeste aucune crainte, aucune peur". De quoi le journal pourrait-il avoir peur? En quoi mon travail de journaliste et de révéléur d'aspects dérangeants du dossier Notre-Dame-des-Landes pourrait-il empêcher le journal de ne pas avoir peur?* » Une réponse possible à cette question est que *Le Monde* avait peur de déplaire aux promoteurs du projet d'aéroport.

#### LA FIN

Je ne détaille pas les mois suivants, qui ont été pénibles. On voulait me transformer en coupable. Les événements prirent une telle tournure que le délégué du personnel me conseilla de consulter le médecin du travail, qui m'orienta vers une psychologue. J'allais bien, heureusement, même si le choc était rude. Je découvris alors que plusieurs de mes collègues étaient en dépression nerveuse, qu'une mission sur les risques psychosociaux était menée dans l'honorable journal, qu'une plainte pour harcèlement moral était engagée par une collègue.

En mars, une nouvelle directrice du *Monde* fut désignée par les actionnaires. Une de ses premières réformes fut de rétrograder le service Planète, pourtant bien peu remuant, en un pôle subordonné au service International. Le journal lançait une formule marquée par un cahier consacré à l'économie et aux entreprises, signe de la ligne nouvelle, qui visait la clientèle des « *responsables* » et CSP +++.

Le Débat national sur la transition énergétique, peu traité par le journal, trouva soudain une vive expression, le 17 mai, sous la forme de quatre

pages axées sur « *la compétitivité des entreprises* » et majoritairement rédigées par des journalistes économiques extérieurs à la rédaction. On expliquait que l'enjeu essentiel d'une nouvelle politique énergétique était la compétitivité des entreprises, que le gaz de schiste réveillait l'industrie américaine, que la politique énergétique allemande produisait maints effets pervers. Un colloque organisé par l'Association française des entreprises privées (les cent plus importantes) et le Cercle de l'Industrie (fondé naguère par Dominique Strauss-Kahn) avec *Le Monde* accompagnait cet exercice de communication, qui remerciait Alstom, Areva, GDF-Suez, Arkema, Lafarge, etc. Ces partenaires avaient-ils apporté 35 000 euros au journal pour prix de ces quatre pages, comme me l'indiqua un collègue bien placé pour le savoir ?

Le 18 juin, *Le Monde* organisait, avec l'Institut de l'entreprise, l'*International summit of business think tanks* (Sommet international des cabinets de réflexion sur les affaires), « *avec le soutien de Deloitte et Vinci* ». Pour préparer cet important événement, des entretiens avec des chefs d'entreprise furent publiés, le premier avec Xavier Huillard, président de Vinci.

L'environnement gênait. Plus que jamais, la chronique Écologie divergeait des éditoriaux et des autres chroniques. [...] On allait me conduire à une lente asphyxie. Nous échangeâmes des courriels, puis des lettres. J'allais voir Louis Dreyfus, le président du directoire et directeur de la publication, et nous convînmes qu'une rupture conventionnelle de contrat était la solution idoine. J'étais libéré. [...]



## NUCLÉAIRE : ENCORE UN INCIDENT... JOURNALISTIQUE

Le nucléaire est un de ces sujets où la polémique se nourrit volontiers de caricatures. Mais que l'on soit pour ou contre, qu'a-t-on à gagner si le débat est alimenté par des informations biaisées ? Belle illustration, en octobre 2008, avec cette « *Alerte à la pollution nucléaire* », enquête survendue en Une de *Capital* par un double sous-titre : « *Révélation* » et « *Exclusif* ». *A priori*, c'est du sérieux, d'autant que, promis, *Capital* a « *épluché les dossiers, interrogé les spécialistes, consulté les rapports officiels* ». *A posteriori*, entre informations non sourcées, règne de l'à-peu-près et faux scoops, on a affaire à une publicité mensongère.

Certes, on a droit à une belle carte de France avec zones rouges et points jaunes — mais elle occupe 2,5 pages d'une enquête qui n'en compte que 4. Certes, l'article commence en fanfare : « *une division blindée de bulldozers a forcé le portail [d'une] école* », en août 2006, pour évacuer des terres radioactives. Mais renseignement pris, les bulldozers n'étaient qu'une pelleteuse et le portail a seulement été élargi... Certes, l'émotion est au rendez-vous : « *Des sites qui contaminent en silence* », « *un pays constellé de sites dangereux* », « *des baigneurs sortis de l'eau en catastrophe* », « *de vraies poubelles* »... et même un enfant (imaginaire) « *qui jouerait aux osselets avec des déchets fortement contaminés* ». On frémit.

D'autant que la carte non plus n'est pas faite pour rassurer, avec ses départements entiers en rouge clair ou foncé. Des zones polluées ? En fait, non. La légende indique qu'il s'agit de territoires où les quantités de radon (gaz radioactif d'origine naturelle) sont supérieures à la normale. L'industrie nucléaire n'y est pour rien. C'est hors sujet, mais qu'importe ! Restent les informations qui indiquent plusieurs sites : « *camping* », « *base nautique* » ou « *nappe phréatique* » pollués. Problème : d'où viennent ces informations ? Quel est le niveau de pollution ? Mystère... Quant aux déchets, ils sont tous traités sur le même plan : aucune mention des différentes catégories de déchets radioactifs (6, en fonction de leur durée de vie et de leur activité).

Après toutes ces « *révélation* » inquiétantes, le journaliste tente de nous rassurer : « *Les installations récentes paraissent en général [sic] assez bien sécurisées et les déchets hautement toxiques sont désormais confinés avec la plus extrême rigueur.* » Mais il évoque ensuite, sans donner ses sources, l'implication de la radioactivité dans les maladies cardiaques, le diabète ou Alzheimer. Puis cite un médecin qui dit que dans cinq ans on y verra plus clair. Enfin, énigmatique, il lâche : « *Un séjour prolongé près de nos sites poubelles peut suffire.* » À quoi ? Mourir subitement ? Disparaître, désintégré ?

Bref, une mise en scène catastrophiste et confuse qui nuit à la compréhension du sujet... et qui parvient à oublier l'essentiel : nulle part il n'est question des responsables de ces pollutions. Areva ? EDF ? L'État ? Qui doit payer ? Comment régler le problème ou réduire les risques ? *Capital* réussit l'exploit d'escamoter ces questions. À la politique et au débat, il préfère la peur et le sensationnalisme. Plus vendeur ?

# LE CFPJ, UNE BIEN ÉTRANGE ENTREPRISE

**En cette rentrée 2013, nombreux sont celles et ceux qui ont intégré une école de journalisme. Certains ont rejoint les bancs d'un des établissements les plus prestigieux: le Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (CFPJ), dont la réputation doit beaucoup à celle de son « grand frère », le Centre de formation des journalistes (CFJ), qui dispense une formation initiale et a vu passer bon nombre des journalistes les plus célèbres officiant dans les médias français. Et, pour certains stagiaires du moins, c'est avec des idéaux de liberté et d'indépendance plein la tête qu'ils pénètrent au 35, rue du Louvre. Mais, soumis à des impératifs de rentabilité de plus en plus envahissants, le CFPJ demeure-t-il en mesure de leur transmettre et de faire vivre la liberté d'informer?**

## LA NAISSANCE D'UNE INDUSTRIE

**E**N JUILLET 1946, au sortir de l'Occupation, deux résistants, Philippe Viannay et Jacques Richet fondent le Centre de formation des journalistes. L'initiative a pour but, selon les mots de Louis-Guy Gayan [1] de « réapprendre la liberté et d'abord, la première d'entre elles: celle de s'exprimer ».

En 1969, le CFJ décide de développer la formation continue des journalistes en créant le Centre de perfectionnement des journalistes (CPJ). Devenu aujourd'hui le CFPJ Médias, il accueille des apprentis journalistes ou des professionnels qui souhaitent se perfectionner. Si le CFJ demeure une entité à part — il s'agit d'une association loi 1901 à but non lucratif avec un conseil d'administration propre et un budget distinct —, il contribue à la renommée du CFPJ qui aime à s'ériger en « école de référence ». Pourtant, les objectifs de la formation continue n'ont plus grand-chose à voir avec ceux affichés par les fondateurs: on y apprend désormais à « Optimiser son référencement naturel » ou à « Monétiser son site ».

C'est qu'entre-temps une « industrie de la formation » est née. En 2003, le groupe CFPJ est racheté par Édition Formation Entreprise (EFE), une société appartenant à Patrice Bougon, ancien avocat spécialisé en optimisation fiscale. Marie Ducastel en est la directrice générale, aujourd'hui présidente du directoire. Outre le CFPJ, EFE rassemble une poignée de sociétés telles que l'Institut supérieur du marketing ou encore l'Institut du call center. En 2011, Patrice Bougon vend 20 % d'EFE à Creadev, une entreprise d'investissement appartenant à la famille Mulliez, laquelle est, par ailleurs, via son

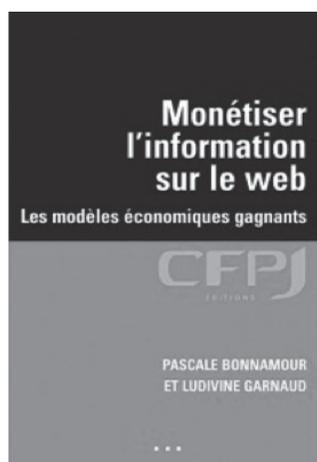
Association familiale Mulliez (AFM), actionnaire majoritaire des sociétés Auchan, Décathlon ou Saint-Maclou. En 2012, Creadev détient 80 % du groupe CFPJ.

Quelle que soit l'emprise de la famille Mulliez sur le contenu des enseignements, il est en soi problématique que la mission de former celles et ceux qui seront chargés d'informer le public en toute indépendance devienne une activité lucrative et commerciale comme une autre, soumise aux appétits financiers de puissances économiques privées.

## LE MARKETING POUR GOUVERNE

Le nouveau mot d'ordre de la rue du Louvre? Rentabilité. Pour varier les plaisirs — et accessoirement multiplier les sources de revenus — le Groupe CFPJ a développé toute une série de spécialisations. Le CFPJ International, par exemple, se consacre à la formation initiale et continue des journalistes étrangers; tandis que le CFPJ Entreprises forme les professionnels des entreprises, administrations, collectivités et associations à la stratégie de communication, aux relations presse ainsi qu'au « leadership ». Résultat: au 3<sup>e</sup> étage, on forme des journalistes à poser des questions, tandis qu'à l'étage supérieur des gens apprennent à les esquiver!

« Notre première responsabilité, c'est de coller à la réalité », argue Marie Ducastel. Peu importe le visage de cette réalité. Véritable « industrie de la formation professionnelle », selon les mots de la présidente du directoire, le CFPJ doit générer des profits, quitte à rogner sur la qualité de l'apprentissage: « Il y a beaucoup de formations dont on considère



qu'elles seraient utiles pour la profession mais comme personne ne s'inscrit, on ne peut pas mettre un formateur tout seul dans une salle vide. » Voilà qui explique sans doute la disparition de formations telles que « Décoder les budgets municipaux » aux profits d'autres dont les intitulés — « Rédiger pour être compris » ou « Écrire avec les bons mots » — semblent davantage s'adresser aux écoles primaires qu'à des professionnels de l'écriture...

Suivant cette logique d'industrialisation de la formation, les stagiaires se transforment en « clients » — pour répondre à leurs interrogations, le CFPJ a même mis en place... un « service client ». La formation n'est plus qu'un produit à écouler, destiné à générer du profit: « Au CFPJ Médias, quand un contrat avec une entreprise conséquente se prépare, en dessous de 65 % de marge brute, il est nécessaire d'en référer à la direction », témoigne une source interne. Et, comme par hasard, depuis que le CFPJ est une filiale du groupe Mulliez [2], les exigences gestionnaires semblent prendre le pas sur toute autre considération.

### DU SALARIAT DÉGUISÉ ?

L'une des dernières stratégies du groupe consiste à faire passer tous les journalistes formateurs aux honoraires. En matière de précarité, le CFPJ n'était pourtant pas en reste: jusqu'à présent, les journalistes formateurs étaient embauchés sous des CDD d'usage d'une semaine. Pour certains d'entre eux qui enseignent au CFPJ depuis une dizaine d'années, ce sont des centaines de CDD qui s'enchaînent. Une situation qui fait dire à Jean-Michel Dumay, journaliste et ancien formateur au CFPJ, que les contrats de professionnalisation sont moins précaires que ceux des formateurs!

Depuis 2013 donc, la direction du CFPJ cherche à faire des économies sur le dos de ses salariés. En transférant les formateurs salariés vers un statut de prestataires réglés en honoraires, le groupe échappe au règlement des cotisations et à la gestion des effectifs. Conséquence directe pour les journalistes formateurs: ils sont priés par la direction de basculer en portage salarial ou de devenir auto-entrepreneur. Les nouveaux intervenants à qui le CFPJ impose d'emblée



d'adopter l'un ou l'autre statut voient leur taux horaire de rémunération fixé unilatéralement par la direction — comme souvent en pareil cas, le rapport de force rend toute négociation, quand bien même elle aurait lieu, purement formelle — ce qui ne saurait être compatible avec le principe du portage ou de l'auto-entrepreneuriat. Autre conséquence de ce qui s'apparente à du salariat déguisé: les journalistes intervenants ne se trouvent plus protégés par la convention collective des journalistes et ne bénéficient plus de la carte de presse. Autrement dit, en étant sortis du régime salarié, ils sont « dé-professionnalisés ».

Dans un courrier daté du 2 septembre 2013, l'inspecteur du travail Julien Boeldieu, a mis en garde la direction du CFPJ: « J'attire votre attention sur le fait que cette situation pourrait revêtir la qualification de travail dissimulé par dissimulation d'emploi salarié. » Interrogée à ce sujet lors d'un entretien accordé le 11 octobre, Marie Ducastel fait fi de cette mise en garde qu'elle juge partielle: « L'inspecteur du travail s'est exprimé en réponse à des éléments envoyés par des gens qui ont une approche partielle du sujet, de la même façon que nous avons une approche partielle du sujet. Peut-être que s'il a d'autres informations il répondra différemment. » Là où le bât blesse, c'est que la lettre de l'inspecteur du travail faisait justement réponse aux éléments d'informations apportés par... Marie Ducastel dans un précédent courrier.

### LA GESTION « TRÈS HUMAINE » DU PERSONNEL

Pour Jean-Michel Dumay, ce passage aux honoraires a été l'occasion de révéler

un management particulièrement brutal et de mettre le doigt sur une gestion de l'entreprise parsemée de zones d'ombres. Journaliste au quotidien *Le Monde* pendant 26 ans, tantôt grand reporter, tantôt chroniqueur judiciaire — qui s'est illustré notamment dans « l'affaire de la josacine empoisonnée » —, mais aussi président de la société des rédacteurs du *Monde*, Jean-Michel Dumay rejoint le CFPJ en 2011 et devient, en novembre de la même année, « fil rouge », c'est-à-dire formateur référent, d'une alternance professionnelle, dite Alt pro: « Lorsque la direction nous a fait part de sa volonté de faire passer les formateurs en honoraires, j'ai regardé mon contrat de travail d'un peu plus près et j'ai commencé à poser des questions anodines et légitimes. Je me suis aperçu que mon employeur est l'Association CPJ. Cette association dépend de la convention collective des organismes de formation. Cette convention collective prévoit une prime de précarité. Comme le prévoit la jurisprudence, j'ai donc souhaité bénéficier de cette prime de précarité dans la mesure où mon activité principale était celle de formateur. »

Jean-Michel Dumay écrit donc un courrier aux services des ressources humaines pour demander à ce que soit mentionné, noir sur blanc sur son contrat de travail, que la convention collective applicable au CPJ est bien celle des organismes de formation. Par ailleurs, puisque son poste de formateur référent, « fil rouge » d'une promotion de stagiaires en contrat de professionnalisation, requiert sa disponibilité permanente auprès d'eux d'après les documents du CPJ, il demande que la nature exacte de sa mission figure sur son contrat. Et profite de l'occasion pour savoir qui signe celui-ci...

Si la première requête est finalement acceptée, la deuxième — l'intitulé de la mission — en revanche n'aboutit pas. Quant à la troisième... Il lui est répondu que le signataire de ses contrats est Fabrice Daverio, directeur général adjoint de l'association CPJ. Or, observe Jean-Michel Dumay constatant le manque de rigueur juridique du groupe, « M. Daverio occupe cette fonction dans la société CFPJ SAS (dont Mme Ducastel est la présidente) et non dans l'association CPJ (dont Mme Ducastel est aussi la présidente...) ».

Le 11 avril, le journaliste formateur envoie donc un nouveau courrier électronique aux ressources humaines pour leur signaler que leur réponse ne le satisfait pas et qu'il attend une nouvelle proposition de contrat. Les jours qui suivent, Jean-Michel Dumay travaille sans contrat et alerte la direction de sa situation, qui, de fait, le place juridiquement en CDI. Réponse du CFPJ? Le 19 avril, alors que la Alt pro 26 est en session enquête et que quatre ou cinq élèves travaillent dans la classe, Jean-Michel Dumay est reçu comme un chien dans un jeu de quille :

« La responsable des ressources humaines, Aurélie Michel, Valérie Pailler [directrice formation continue presse écrite et multimédia] et un huissier m'attendent devant la porte de ma classe! Là, on me tend un contrat daté du 9 avril et donc antérieur à mon mail du 11 leur signalant que j'attendais une nouvelle proposition de contrat. Celui-ci était identique aux précédents et ne répondait favorablement à aucune de mes requêtes. Valérie Pailler m'oblige alors à signer ce document sous peine de ne pouvoir reprendre mes cours. Je refuse dans un premier temps puis je signe le contrat en précisant les circonstances — sous la contrainte de ne pas pouvoir faire cours et en présence d'un huissier. Le week-end passe et le lundi matin, premier jour de la deuxième session enquête de ma classe, j'envoie un mail relatant les événements de la semaine précédente à Marie Ducastel que je demande à rencontrer. »

Réponse de la présidente du groupe CFPJ? « À 9h30, elle frappe à ma porte et me demande de la suivre. Dans le couloir, m'attendent six à huit dirigeants du groupe, dont Valérie Pailler et

*Fabrice Daverio. Un nouvel huissier me signifie cette fois ma mise à pied et me présente une convocation à un entretien préalable à mon licenciement pour faute grave. Je suis convoqué le 30 avril. Il me faudra attendre 10 jours pour savoir ce qui m'est reproché. La faute grave? Un retard le vendredi 19 avril et le scandale public que j'aurai provoqué ce jour-là lors de la présence de l'huissier... »*

La direction, quant à elle, n'a pas souhaité s'exprimer sur le sujet. Jean-Michel Dumay a assigné le CFPJ aux Prud'hommes pour licenciement abusif et demande la requalification de tous ses CDD d'usage en CDI. Demande rejetée le 4 novembre. Tout comme les 15000 euros de frais d'avocat que lui réclamait le CFPJ. Jean-Michel Dumay compte interjeter appel: « Pour moi, le secteur de la formation des journalistes touche à l'intérêt général. On ne peut pas former des journalistes comme des fabricants de savonnettes — avec tout le respect que j'ai pour les fabricants de savonnettes! On ne peut pas faire un business de la formation. Les journalistes sont censés faire office de contre-pouvoir dans la société et dénoncer ce qui est illégal: les boîtes de formation doivent être irréprochables. »

La gestion du personnel, qualifiée de « très humaine » par Fabrice Daverio, semble ici trouver ses limites. Curieusement, les formations sur le droit du travail ne courent pas les pages des catalogues de formations. Dans le cadre des alternances professionnelles, pendant lesquelles les apprentis journalistes intègrent une rédaction pour 24 mois, la session « Environnement professionnel et recherche d'emploi » dans laquelle est abordé le droit du travail n'arrive qu'au bout de la 25<sup>e</sup> semaine, sur une formation qui en compte 29...

### UN RECRUTEMENT CONFIE AUX ENTREPRISES?

Ce management pour le moins déroutant, Louis Carzou en a également fait les frais au cours d'un passage express au CFPJ de mi-janvier à mi-mai 2012. En 2008, cet ancien de la rédaction en chef de LCI se voit confier par la chaîne le projet d'une web radio dont l'objectif affiché est de concurrencer France Info dès la mise en route de la Radio numérique terrestre. Pour diverses raisons, le projet ne se

réalise pas et puisque pour LCI un échec sans responsable serait comme un 20h sans faits divers, Louis Carzou se fait licencier pour « cause réelle et sérieuse » après 11 ans de rédaction en chef. Pendant qu'il poursuit son ancien employeur aux Prud'hommes — l'audience est fixée au 1<sup>er</sup> mars 2012 —, le journaliste débute sa recherche d'emploi. En décembre 2011, il contacte le CFPJ pour leur faire savoir qu'il se tient disponible pour encadrer des formations, domaine dans lequel il dispose déjà d'une expérience puisqu'il a enseigné pendant trois ans au Centre universitaire d'enseignement du journalisme (CUEJ) de Strasbourg ainsi qu'en master médias à l'École supérieure de commerce de Paris (ESCP) depuis 2002. Il témoigne :

« Je suis reçu par le directeur général du CFPJ de l'époque, Agostino Pantanella. Nous avons un entretien de deux heures au cours duquel il m'apprend que le CFPJ cherche un successeur pour remplacer le directeur de la section audiovisuelle et web. À l'issue d'un troisième entretien, cette fois avec Marie Ducastel je reçois un appel de la DRH qui m'annonce que je suis engagé: je commence le 13 janvier.

Or, avec ma nouvelle fonction j'ai, parmi mes interlocuteurs, le groupe TF1. Je décide de prendre les devants et leur envoie entre six et sept mails pour leur faire savoir que je ne mènerai évidemment pas de vendetta. À aucun moment, je n'ai laissé un conflit personnel influencer sur mes nouvelles fonctions. Tous ces messages restent sans réponse, même ceux qui concernent une formation que le CFPJ leur doit!

Seul mail en provenance de la hiérarchie de TF1, celui de Pascal Emond [à l'origine de la procédure contre Louis Carzou] adressé aux « Chercheurs du web », un cercle de réflexion organisé par le... CFPJ Audiovisuel et web. Et l'objet du mail est sans ambiguïté: le cadre de TF1 explique qu'il n'a plus le temps de venir et que cela « risque d'être assez systématique »...

Fin février, quelques jours avant l'audience, j'alerte Agostino Pantanella qui me dit de ne pas m'inquiéter. Le jour J arrive et cela se passe plutôt mal pour mon ancien employeur qui d'ailleurs ne s'est pas présenté. Dans une décision, rendue le 24 mai, le tribunal condamne TF1 pour licenciement abusif. Je finis par en informer Marie Ducastel qui, à l'inverse, juge la situation « très embêtante ».

Justement, le 23 mars, Jean-Pierre Cerles, directeur de la formation du groupe TF1 et membre du comité exécutif de TF1, demande à rencontrer Marie Ducastel. Au cours de l'entretien, celui-ci lui fait part de son intérêt pour les offres du CFPJ et lui demande de préparer, pour mai, une présentation de toutes les formations. Une proposition alléchante pour le CFPJ mais à laquelle Jean-Pierre Cerles ajoute une contrepartie: Louis Carzou ne sera pas leur interlocuteur: « *Trois jours plus tard, je reçois, en copie, un mail de Marie Ducastel à l'attention de Jean-Pierre Cerles. Dans ce courrier, elle l'informe – et moi par la même occasion – de l'identité de son nouvel interlocuteur. Par la suite, Marie Ducastel me convoque et me demande de renoncer, par écrit, à la procédure contre TF1. Ses demandes sont pressantes, par mail, par SMS, par téléphone. Je reçois même un mail où l'on me détaille le chiffre d'affaires annuel de TF1 au CFPJ...* »

En clair, on lui montre, chiffres à l'appui, ce que sa présence pourrait faire perdre. Pendant ce temps, Bruno Doguet est nommé « nouvel interlocuteur » de TF1. Une nomination surprenante: c'est le directeur adjoint du CFPJ... presse écrite! « *Enfin, craignant de perdre cet emploi, je finis par craquer et accepter de me retirer de la procédure après l'audience. Le 25 avril, je préviens mon avocat que j'arrête les poursuites. J'en informe aussi*

*Marie Ducastel. Le lendemain, elle me convoque: je suis licencié. "On ne veut pas d'ennuis avec un client comme TF1", s'est-elle expliquée. Jugeant que j'étais en période d'essai, la direction n'avait pas besoin de se justifier.* »

Voilà donc sur quels critères les embauches et les licenciements s'effectuent au CFPJ. Mais Louis Carzou a pu poursuivre la procédure contre LCI et a gagné. Quant à la direction du CFPJ, elle préfère invoquer l'erreur de casting: « *La taxe d'apprentissage de TF1 c'est 16000 euros par an. On a embauché quelqu'un pour gérer le département audiovisuel, cette personne s'est révélée incompétente.* » Une sentence plutôt surprenante pour un salarié que l'on envoie représenter le CFPJ, notamment aux vœux du CSA, et auquel Marie Ducastel avait personnellement confié la direction d'un projet d'école de la culture générale...

\*\*\*

L'école de la rue du Louvre peut bien invoquer ses origines résistantes, elle collabore au processus de marchandisation de l'information. Pour répondre à des exigences de productivité et de rentabilité induites par la financiarisation du groupe, le CFPJ n'hésite pas à bafouer l'éthique professionnelle et à sacrifier les journalistes qui le font vivre. Dans un ouvrage récemment paru et intitulé *Et*

*si je gagnais plus de thunes*, Fabrice Daverio, directeur adjoint du CFPJ et ancien manager chez L'Oréal et LVMH, invite le lecteur à « *mett[re][ses] images en vente en ligne sur des banques d'images dites "microstocks" telle Fotolia [...]* ». Au-delà de l'objet même de l'ouvrage, qui laisse songeur sur la façon dont l'auteur peut envisager la direction d'une école de journalisme, le conseil en dit long sur le peu d'estime dans laquelle il tient la profession dont il dirige l'un des principaux centres de formation. Les banques d'images, qui tarifient la photo 0,16 euro, constituent le pire cauchemar de la profession déjà sinistrée de photjournaliste et contribuent à la pauvreté comme à l'uniformisation de la « photo de presse »... Alors si, comme le proclame Marie Ducastel, « *[la] première responsabilité [du CFPJ] c'est de coller à la réalité* », encore faudrait-il que l'école de la rue du Louvre ne participe pas à sa précarisation. Sans quoi, l'heure est peut-être venue pour la grande armée des « petits soldats du journalisme » [3] de se mutiner...

[1] Président du conseil d'administration du CFPJ de 1982 à 1987.

[2] « *De grandes entreprises couvent avec amour nos futurs journalistes* », *Le Canard enchaîné* du 19 juin 2013.

[3] D'après le titre de l'ouvrage de François Ruffin, ancien élève du CFJ: *Les Petits Soldats du journalisme*, Les Arènes, 2003.

## LE CFJ CRÉE UN « PRIX ERIK IZRAELEWICZ »

Le Centre de formation des journalistes (CFJ), l'École des hautes études commerciales (HEC) et *Le Monde* viennent d'annoncer la création du « Prix Erik Izraelewicz » de la meilleure enquête économique, du nom du directeur des rédactions du *Monde*, décédé en 2012, pour « *honorer sa mémoire et faire vivre les valeurs d'indépendance, de rigueur et d'exigence éditoriale, qu'il a fait siennes durant toute sa carrière* ».

« Valeurs d'indépendance » ? À la lecture de la suite du communiqué, on peut en douter. Outre des représentants des directions du *Monde*, du CFJ et d'HEC, le jury de la première édition sera constitué des journalistes Emmanuel Chain (ex-présentateur de l'émission « Capital » sur M6), Sabine Delanglade (*Les Échos*), Alain Frachon (*Le Monde*), et de personnalités « du monde de l'entreprise » comme Xavier Fontanet, PDG du groupe Essilor, Denis Kessler, numéro un du réassureur Scor, ancien vice-président du Medef, et Nicole Notat, ex secrétaire générale de la CFDT, devenue elle-même chef d'entreprise. Autrement dit, trois patrons de multinationales, dont deux se sont succédé à la tête du Siècle, institution dont on sait la valeur qu'elle accorde à l'indépendance de la presse puisqu'elle a pour vocation de « fluidifier » les relations entre journalistes dominants, milieux d'affaires et personnel politique.

HEC, le Medef, le Siècle : avec un tel jury, peu de risques que des journalistes ou des économistes iconoclastes soient récompensés. Mais peu importe puisque le CFJ a su trouver là des partenaires de prestige, et que l'opération constitue une belle leçon d'indépendance pour ses élèves aspirants journalistes...

# TRAVAIL LE DIMANCHE : UNE GRAND-MESSE MÉDIATIQUE

L'ouverture des commerces le dimanche est l'occasion d'observer, une nouvelle fois, la façon dont les médias font d'un sujet, en quelques jours à peine, un enjeu central pour l'avenir du pays. Miracle de l'unanimité médiatique, puisque nul besoin d'un chef d'orchestre pour que les médias dominants jouent la même partition. En effet, plutôt que de présenter de manière équilibrée les termes du débat, s'affirme un parti pris quasi systématique : au nom du mieux-disant économique associé à la déréglementation du travail le dimanche (qui resterait à prouver), les « grands » médias prônent plus ou moins ouvertement et consciemment le moins-disant social. Chantres de la liberté (d'exploiter et de se faire exploiter) et apôtres du néolibéralisme, ces mêmes médias ne peuvent manquer de dénigrer au passage l'action syndicale.

## TRAVAILLER LA NUIT ET LE DIMANCHE, UNE ÉVIDENCE MÉDIATIQUE

**A**LORS que le débat ne fait que commencer, quoi de mieux pour planter le décor que de relayer, à chaud, un sondage éloquent ? Les grands quotidiens s'y emploient : *Le Monde*, d'abord, qui souligne qu'« une majorité de Français, 64 %, s'est déclarée favorable à l'ouverture des magasins au-delà de 21 heures dans les zones touristiques, selon un sondage OpinionWay pour Tilder et LCI, publié jeudi 26 septembre ». Le titre de l'article est sans appel :

### Une majorité de Français favorable au travail de nuit

Le Monde.fr avec AFP | 26.09.2013 à 19h16

En écho, *Le Figaro*, soucieux de ne pas se faire doubler, ne craint pas de généraliser davantage encore, en se plaçant cette fois-ci du côté du consommateur :

### Les Français pour le shopping nocturne

ÉCONOMIE > FLASH ECO Par LeFigaro.fr avec AFP | Mis à jour le 26/09/2013 à 17:15 | Publié le 26/09/2013 à 16:44

Prolongement de ce travail de construction d'une évidence en faveur de l'extension du travail de nuit, la victoire des syndicats dans l'affaire Sephora aurait suscité, selon *Le Figaro*, rien moins qu'un « émoi général ». Seul problème,

l'article égrène ensuite la liste des bouleversés : le Medef Île-de-France, Xavier Bertrand, ex-ministre UMP, le délégué général du Comité Champs-Élysées (« organisation qui regroupe environ 180 enseignes et lieux de culture de la plus belle avenue du monde » – et dont le travail consiste donc à promouvoir à tout prix la luxueuse avenue), et Robert Rochefort, vice-président du Modem.

### Travail de nuit : émoi général après la condamnation de Sephora

ÉCONOMIE > SOCIÉTÉS Par Olivia Derreumaux | Mis à jour le 25/09/2013 à 09:51 | Publié le 24/09/2013 à 20:23

« Émoi général » pour « une majorité de Français », vraiment ? C'est qu'il est difficile de résister à l'appel d'un simili-sondage qui, commandé au moment opportun, apportera son lot de chiffres « indiscutables ».

## POUR L'EMPLOI, LE DIMANCHE TU TRAVILLERAS !

L'argument apparemment inattaquable que les médias ont repris à l'envi fut d'abord et avant tout celui de la croissance que générerait l'ouverture dominicale des magasins. Cet argument « de bon sens » est repris en chœur, chiffres à l'appui. Par exemple dans l'émission *l'Éco du soir* du 26 septembre sur BFM-TV dans laquelle Emmanuel Lechypre, éditorialiste économique de la chaîne, regrette la fermeture en ces termes :

« C'est dommage parce qu'au final ça coûte, il faut le redire, des emplois et de la croissance. [...] Il faut être pragmatique et regarder les faits. Si d'abord, ces magasins ouvrent, c'est qu'ils y trouvent un intérêt, hein. Sephora nous dit: "je faisais 20 % de mon chiffre d'affaires après 21h". Bricorama, qu'on a obligé de fermer, eh ben ils ont fait un chiffre d'affaires qui a baissé de 25 %, ça leur a coûté 25 % du chiffre d'affaires et 200 contrats n'ont pas été renouvelés. »

Il souligne, plus loin, qu'il y a « les faits mais y'a les études, hein, qui nous disent par exemple que dans des pays comme le Canada, les Pays-Bas, les États-Unis, eh bien l'ouverture, ça a fait 3 % à 5 % d'emplois en plus. Un seul exemple tout bête: les touristes. Les grands magasins parisiens n'ont pas le droit d'ouvrir le dimanche. Quand les touristes, ils sont là 3 ou 4 jours, ben manifestement, si vous ouvrez pas le dimanche, c'est de la clientèle qui est perdue, des emplois et de la croissance en moins. »

Notons au passage que pour une fois, le « modèle allemand », tant vanté par ailleurs par les commentateurs friands de comparaisons internationales, ne fait pas recette. Et pour cause: outre-Rhin, le travail dominical est très strictement encadré. Mieux vaut alors se tourner vers le « modèle anglo-saxon » (États-Unis, Canada, Grande-Bretagne, etc.), bien plus « flexible » en la matière.

Trois jours plus tard, histoire d'enfoncer le clou, il revient à la charge sur son compte Twitter:



Sur Europe 1, son alter ego Nicolas Barré ne dit pas autre chose. Il y ajoute néanmoins une pointe d'ironie:

« L'ouverture du dimanche, c'est terrible, vous vous rendez compte, ça risquerait de créer des emplois. Dans un pays qui compte plus de trois millions de chômeurs, l'idée n'est pourtant pas totalement absurde. Eh bien non, régulièrement, les mêmes

syndicats attaquent en justice les magasins qui ouvrent le dimanche, jour où pourtant des millions de salariés travaillent déjà; un chiffre: l'ouverture des grands magasins, ne serait-ce que 15 dimanches par an permettrait de créer en net 20000 emplois, c'est l'équivalent de sept fois l'usine PSA d'Aulnay qui emploie 3000 personnes, voilà de quoi on se prive. »

Et le présentateur de la matinale d'Europe 1, Thomas Sotto, de renchérir en guise de conclusion: « Je retiens ce chiffre que vous nous donnez ce matin, Nicolas Barré. Si on ouvrait 15 dimanches par an les grands magasins, ça créerait 20000 emplois, soit sept fois l'usine PSA d'Aulnay. » « Sept fois l'usine PSA d'Aulnay », pour emporter l'adhésion de l'auditeur? Il est vrai que l'argument permet au passage de minimiser les conséquences sociales désastreuses de la fermeture programmée de l'usine d'Aulnay, en oubliant d'ailleurs la destruction des emplois induits.

Christophe Barbier, rédacteur en chef de *L'Express*, ne peut de son côté que confirmer ce constat: selon lui, les représentants syndicaux doivent cesser de « jouer l'acquis social indu contre la croissance, contre l'économie, contre l'emploi, contre la prospérité. »

*Le Figaro*, sur la même ligne (économique), n'est pas plus avare de chiffres, allant jusqu'à promettre 100000 emplois au gouvernement qui entreprendrait de déréglementer le travail dominical: que n'y a-t-on pensé plus tôt? À moins que l'essentiel soit dans l'usage du conditionnel...

Stéphane Soumier, chroniqueur sur BFM Business, fait preuve d'autant de mesure dans l'annonce des miracles que produirait immanquablement l'ouverture dominicale des commerces:

« On est donc capable de tout cela, on est donc capable de faire naître des torrents de croissance et

d'enthousiasme. Pour peu que l'on fasse sauter les barrages. En cela l'affaire Sephora est emblématique. Mais bon dieu, au nom de quoi passe-t-on à côté de ce gisement de croissance? Les deux seuls grands magasins du boulevard Haussmann à Paris estiment à 250 millions d'euros le chiffre d'affaires supplémentaire si on les laissait travailler le dimanche. Allez, divisez le chiffre par 2: 150 millions [sic]. Est-ce qu'on a les moyens de se refuser ça? Les enseignes de bricolage nous disent qu'elles créeraient 7000 emplois si on les laissait bosser tout le temps. Pareil, divisez le chiffre par 2: 3500. Est-ce qu'on a les moyens de se refuser ça? »

**Libéraliser l'ouverture dominicale pourrait créer jusqu'à 100.000 emplois**  
Réactions (23)  
Une étude menée aux Pays-Bas confirme cette intuition. Dans ce pays, le temps de shopping a augmenté de 26 minutes en 1997, année de la libéralisation.  
» Travail dominical: un sujet qui divise au PS comme à l'UMP  
» Les touristes privés de shopping le dimanche vont voir ailleurs

Ce sont là encore des euros par millions et des emplois par milliers dont on se prive. Le dimanche est décidément une sinistre invention. Les « démonstrations » sont rapides, voire simplistes, c'est entendu. Mais les médias sont catégoriques: en ces temps difficiles, c'est l'économie qui prime, autant dire la loi de maximisation des profits qui impose de rentabiliser au maximum les locaux; or, en renonçant au repos dominical, on renoncerait à relancer la machine économique. De là à se soucier de la santé des salariés, de leur vie de famille, de leur temps libre...

### AUX MÉDIAS COMPATISSANTS, LES SALARIÉS RECONNAISSANTS

Et si le discours productiviste ne suffit pas, alors certains n'hésitent pas, à titre exceptionnel, à prendre la défense des salariés, des vrais, volontaires pour travailler le dimanche. Car si, *dixit Le Figaro*, « les Champs sont en colère » à la suite du jugement dans l'affaire Sephora, c'est parce que ne cesserait de grossir le nombre de ceux et celles qui souhaitent travailler le dimanche, sans que jamais ne soit invoquée pour le comprendre la

faiblesse des salaires dans le secteur du commerce.



Certains, comme Emmanuel Lechypre, vont même plus loin: « *Et puis les salariés de Bricorama, ils sont même allés manifester devant le siège de FO, c'est quand même pas souvent qu'on voit des salariés aller manifester devant les syndicats.* » Un pas de plus et le chroniqueur appelait les foules à descendre dans la rue pour mettre à bas l'arbitraire syndical! Christophe Barbier, dans son éditorial, se positionne lui aussi du côté du bien de tous et en particulier de celui de ces honnêtes gens privés de ce droit inaliénable qu'est le travail: « *Les commerçants veulent ouvrir, les salariés veulent travailler, les clients veulent venir dans les magasins à des heures inhabituelles, que ce soit le dimanche ou tard le soir.* »

## INTERDIT D'INTERDIRE !

On l'aura compris, derrière cette compassion soudaine des médias pour les salariés, il y a bien souvent une très noble cause: la liberté (de travailler). Pseudo-experts, éditorialistes multicartes et journaux se rejoignent ainsi pour brandir ensemble cet étendard et proclamer à leur tour, en cette solennelle occasion du moins, qu'il est « interdit d'interdire » (de travailler). *Le Parisien*, stupéfait, titre ainsi le 26 septembre:



On retrouve partout ailleurs cette opposition grossière entre liberté d'une part et contrainte ou privation de l'autre. Mélancolique, *Le Figaro* fait un amer constat:



Nicolas Barré, étoile montante de l'éditocratie et courageux apologiste du travail le dimanche, ose un pari: « *Et si on misait sur la liberté?* ». Et il s'empresse de préciser qu'il s'agirait pour lui de mettre fin à « *des lois archaïques qu'il faudrait changer mais qu'il ne faudrait surtout pas remplacer par de nouvelles lois. Il faudrait au contraire faire confiance aux employeurs et aux employés pour se mettre d'accord eux-mêmes sur les horaires et les jours d'ouverture, bref laisser chacun libre de travailler quand il veut et de consommer ce qu'il veut quand il veut comme c'est le cas à Londres, à New York ou à Tokyo. Il faudrait faire pour une fois le pari de la liberté plus que de la réglementation, moins de lois archaïques, moins de règles absurdes, on peut faire le pari aussi qu'au bout du compte, cela se traduirait par moins de chômage. Il ne reste plus qu'à essayer.* »

Audace médiatique, quand tu nous tiens... Mal intentionné celui qui ne verrait dans cette « liberté » tant vantée par les médias qu'une nouvelle recette néolibérale: une pointe de déréglementation, un soupçon de concurrence sauvage, libre et non faussée et un traitement de choc pour le salariat précaire. Préconisant lui aussi de « libéraliser l'ouverture dominicale », l'éditorialiste de BFM s'empare, toujours au nom de grands idéaux:



Il est vrai que les médias, eux, répugnent systématiquement à prodiguer leurs conseils et leurs solutions au bon peuple... Quant à la liberté de se reposer le dimanche, de vaquer à ses occupations, seul ou en famille, on notera qu'il n'en est (presque) jamais fait état.

## LIBERTÉ... DE BAFOUER LA LOI

S'ils s'élèvent régulièrement contre la « jungle réglementaire » et autres « absurdités législatives » en vigueur, c'est pour mieux se retrouver autour d'une idée simple: que ne s'assoit-on pas sur le Code du travail! Comme le rappelait plus haut Nicolas Barré, aujourd'hui plus que jamais, il faut faire fi des règles — forcément absurdes —, des normes — forcément pesantes —, et des lois — forcément archaïques. En d'autres termes, « *faire sauter les barrages* » comme le dit joliment Stéphane Soumier. Emmanuel Lechypre, à mots à peine couverts, est sur la même longueur d'ondes: « *Et donc, tout le monde est pénalisé, alors que la solution quand même qui aurait été la plus logique, c'aurait été que tout le monde puisse ouvrir. Mais non, là, au contraire, presque tout le monde doit fermer... voilà, à cause de la loi.* » On voit rarement les médias inciter à bafouer la loi; mais il y a des cas de force majeure.

Quant à Christophe Barbier, il n'a pas de mots assez durs à l'encontre de tous ceux qui, dans cette affaire, ont décidé de « *jouer le respect stupide du droit.* » Bon nombre de journaux d'ordinaire si « responsables », si stupidement respectueux du droit (du moins quand celui-ci entérine les privilèges sociaux) prennent clairement le parti de l'irresponsabilité, en tout cas de l'illégalité. Ils ne font par là-même qu'entonner le refrain du nouveau président du Medef, Pierre Gattaz, pour qui « *il faut adapter le Code du travail.* » Vive la liberté... de bafouer le Code du travail.

## LES SYNDICATS : ARCHAÏQUES, ÉVIDEMMENT...

Mais s'il y a bien un point qui fait l'unanimité parmi nos contempteurs du repos dominical, c'est l'archaïsme automatiquement imputé aux syndicats. À leur rencontre, les médias font feu de tout bois, parfois à demi-mot, le plus souvent en sortant la grosse artillerie. À tout seigneur, tout honneur, l'homme à l'écharpe rouge de *L'Express* – l'inénarrable Christophe Barbier – n'y va pas par quatre chemins dans son édito vidéo du 24 septembre. Écoutons-le :

« Il faut parfois dire les choses crûment, violemment. Oui, *L'Express* l'affirme : **les syndicats français sont nuls**. Nuls, on le voit avec cette affaire Sephora, déplorable. Les commerçants veulent ouvrir, les salariés veulent travailler, les clients veulent venir dans les magasins à des heures inhabituelles, que ce soit le dimanche ou tard le soir... et évidemment, **il y a toujours un syndicat pour être pointilleux et jouer le respect stupide du droit, jouer l'acquis social indu contre la croissance, contre l'économie, contre l'emploi, contre la prospérité. C'est contre cela qu'il faut se battre, contre cela que *L'Express* se dresse, avec d'autres, pour dire que le syndicalisme français doit se réformer. Oh, ceux qui le composent sont, la plupart du temps, de bonne volonté. Mais comme par hasard, l'addition de ces bonnes volontés donne un boulet terrible pour l'économie française. Pour l'économie mais aussi pour le progrès social. Car quand on ne dégage pas de richesses, on ne peut pas améliorer le système social. Alors il faut réformer, ré-for-mer le syndicalisme français.** »

Suivent quelques pistes pour engager cette réforme impérative, et la conclusion, sans appel : « *Les syndicats ne pensent pas à l'utilité des réformes pour leurs usagers, ils pensent à leur idéologie. C'est contre ce tabou-là que nous déclenchons une offensive : « Pourquoi les syndicats sont nuls », c'est dans *L'Express*.* » Sans commentaire... Si ce n'est, comme il le souligne, qu'il est loin d'être le seul – dans l'univers des médias dominants – à avoir une vision si mesurée du syndicalisme. Allié de circonstance, Plantu, en « une » du *Monde* le 30 septembre, déploie des trésors d'imagination et de subtilité pour vilipender à son tour le syndicalisme (voir encadré p. 37).

Avec moins de virulence, sur BFM-TV, c'est « *la qualité médiocre du dialogue social [qui] n'aide pas non plus en France* » qui est pointée, tandis que sur Europe 1, on regrette que, « *régulièrement, les mêmes syndicats attaquent en justice les magasins qui ouvrent le dimanche, jour où pourtant des millions de salariés travaillent déjà* ». Bref, pour ces médias, il est temps non seulement de renoncer à ces « *acquis sociaux indu*s » mais surtout de supprimer toute instance de représentation des salariés qui préférerait revendiquer des augmentations de salaire, le refus des contrats précaires ou l'amélioration des conditions de travail, plutôt que d'accepter l'ouverture dominicale des commerces.

Un retour au rapport de force capitaliste du XIX<sup>e</sup> siècle, en somme, quand employeurs et employés, patrons et ouvriers

se « *mettaient d'accord* » sans intermédiaire aucun, c'est-à-dire sous contrainte patronale. Par souci de la sacro-sainte liberté des salariés, encore et toujours.

## PENDANT CE TEMPS-LÀ, SUR LE SERVICE PUBLIC...

Pour la défense de l'intérêt général et des intérêts du public au sens large, il reste les chaînes et stations de service public, dont on pouvait légitimement attendre une présentation plus équilibrée des termes du débat. Qu'en est-il exactement ?

Sur France 2, le 29 septembre, lors du JT du soir, le reportage lancé par Marie Drucker semble s'efforcer de donner la parole aux différents acteurs, en dépit de la place restreinte qui est faite à certains ; ainsi l'intervention de 15 secondes de Karl Ghazi, secrétaire général de la CGT (commerce et services de Paris) est noyée au milieu de plusieurs témoignages à sens unique – aussi bien des « travailleurs volontaires » stupéfaits que des clients insatisfaits. Pourtant, seul François Lenglet, expert économique de la chaîne, a le privilège d'être en plateau et d'occuper la place de l'analyste qui surplombe et domine son sujet. Voici son constat et l'échange qui suit :

- François Lenglet : « *Sur ce sujet, il y a un décalage croissant entre la société française et ceux qui la représentent, les syndicats et les politiques. Du côté des Français, tant chez les salariés que chez les consommateurs, on souhaite plus de souplesse dans les horaires de travail des magasins, pourvu que cette souplesse soit encadrée et rémunérée. La société a changé. Et l'essor du commerce en ligne, qui évidemment ne connaît pas d'horaires, a sans doute fait bouger les mentalités. Et puis à l'inverse, dans les syndicats et les partis politiques, on s'accroche au symbole, au totem et au tabou. Et on ne veut rien changer, sinon avec des lois tellement complexes qu'elles en deviennent inapplicables.* »
- Marie Drucker : « *Pourquoi cette décision de justice alors qu'on l'a vu, à l'exception de la CGT, tous les protagonistes sont pour ?* »
- François Lenglet : « *Là encore, les tribunaux n'ont fait qu'appliquer ces lois incompréhensibles. En France, ce sont les tribunaux qui fixent la durée de travail dans les magasins, alors que ce devrait être le patronat et les syndicats. L'implication de plus en plus forte des juges dans la vie sociale signe la faiblesse problématique du dialogue social à la française.* »
- Marie Drucker : « *Merci François pour cette analyse.* »

Remercions François Lenglet, en effet, de ne pas déjuger ses collègues journalistes. Comme la grande majorité des « grands » médias, il livre ici un énième témoignage en faveur de la « liberté de travailler »... et de l'assouplissement du Code du travail. Pire pour le service public, on affecte de donner la parole à tout le monde pour mieux la neutraliser aussitôt, par la voix d'un prétendu spécialiste dépourvu de tout contradicteur.

Seule l'émission *Ce soir ou jamais* du 27 septembre, toujours sur France 2, semble remplir correctement sa mission de service public en accueillant une pluralité d'invités et, partant, en laissant place à une diversité de points de vue. Elle réunit

en effet les conditions d'un débat digne de ce nom en distribuant la parole de façon relativement équitable entre les différents protagonistes et en leur laissant un peu de temps pour développer leurs arguments, en dépit de certaines limites inhérentes à ce genre de pratique à la télévision.

Outre cette parenthèse enchantée, néanmoins, la polyphonie n'est pas de mise sur le service public, comme en témoigne, pour finir, l'interview à charge menée par Clara Dupond-Monod sur France Inter le 30 septembre. Contrairement à d'autres, elle a le mérite, au cœur de la polémique, de recevoir en studio un syndicaliste pendant plus de cinq minutes. Mais le rôle de procureur qu'elle choisit d'endosser, lui, est moins inattendu. L'intégralité des questions posées est retranscrite ci-dessous, mélange caricatural de fausse candeur et de vrai conformisme :

— « Pourquoi êtes-vous si remonté contre le travail dominical ? »

— « Le fait que les salariés n'ont pas envie de travailler sept jours sur sept, comment vous le savez ? »

— « Alors, juste pour les employés, Éric Scherrer, au Castorama de Créteil, 93 % du personnel s'est déclaré favorable au travail, donc, le dimanche, après un référendum organisé par la CFDT il y a un mois... »

— « Alors, vous parliez des étudiants mais aussi des salariés du commerce : beaucoup protestent en disant que pour eux, c'est un manque à gagner considérable qui varie entre 400 et 600 € par mois... Pourquoi est-ce que vous ciblez ceux qui subissent [la politique d'emploi des grandes enseignes], c'est-à-dire les salariés, et pas la politique d'emploi des grandes enseignes ? »

— « Alors, [les salariés] vous poursuivent en revanche puisque l'intersyndicale, la vôtre, a gagné sur l'enseigne Sephora, qui comptait ouvrir la nuit sur les Champs-Élysées. Mais 101 salariés protestent et vous attaquent en retour. Est-ce que vous comprenez que ces salariés aient besoin de travailler et d'arrondir leurs fins de mois avec ce travail du dimanche ? »

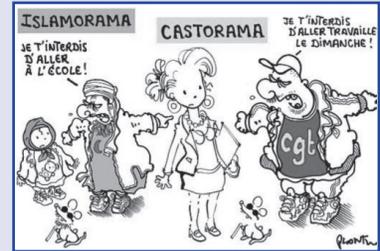
— « C'est-à-dire que [ces 101 salariés] seraient manipulés selon vous ? »

— « Alors, en 2011, il y avait 6,5 millions de Français qui travaillaient le dimanche d'après l'INSEE — donc fleuristes, chauffeurs-livreurs, imprimeurs, gens de France Inter. Pour vous, 6,5 millions de gens manipulés ? »

— « Alors, au fil des procès gagnés contre les marques Conforama, Ikea, votre intersyndicale a engrangé quelque 10 millions d'euros. Vous allez finir aussi riche que le patron de Castorama, Éric Scherrer, non ? C'est un chiffre qui vous rapproche de ce grand capitalisme que vous combattez... »

## Fanatique du travail dominical, Plantu voit des intégristes partout !

Avec son sens inné de l'actualité, Plantu ne pouvait manquer LE sujet que les médias ont érigé, le temps d'un week-end, en enjeu central pour l'avenir du pays. Admirez plutôt.



Certes, la charge est un peu violente, mais Plantu n'en est pas à son coup d'essai contre le syndicalisme — et plus précisément la CGT qui se trouve au gré des circonstances du côté des tortionnaires et des persécuteurs. En 2004, ils étaient ainsi comparés aux militaires états-uniens torturant les prisonniers irakiens.



C'est de l'humour, dira-t-on?... Cela reste à voir. Car Plantu lui-même ne se considère pas uniquement comme un caricaturiste, mais plutôt comme un éditorialiste : « Je suis un dessinateur qui se prend pour un journaliste dans un monde médiatique où beaucoup de journalistes se prennent pour des caricaturistes. » En associant les cégétistes aux extrémistes religieux brimant les femmes, forcément musulmans, Plantu mêle aux clichés de l'anti-syndicalisme patronal ceux de l'islamophobie : un édito de *Valeurs actuelles*... publié dans *Le Monde*.

Sans cesse, le syndicaliste est soumis à des injonctions et remis en question, sommé de se défendre, voire de se justifier, là où l'on pourrait attendre sinon de la bienveillance du moins un accueil de la parole de son interlocuteur sans *a priori* manifeste. Il n'en est rien. Face à lui, Clara Dupond-Monod sert le cocktail préféré des piliers de bar médiatiques : bon sens apparent, vraie-fausse compassion envers les honnêtes salariés, et anti-syndicalisme primaire. Mais en rapprochant l'intersyndicale du commerce qu'Éric Scherrer représente et le grand capital, la journaliste de France Inter apporte une touche personnelle qui augure d'une grande carrière dans l'éditocratie.

\*\*\*

Ainsi, alors que les ravages sociaux et sanitaires que produisent les horaires de travail décalés sont systématiquement passés sous silence dans les grands médias, de même que les effets du gel des salaires dans les secteurs public et privé, le parti pris anti-syndical est, lui, quasi général, de même que l'appel à travailler davantage, la nuit et le dimanche. Vous avez dit unanimité médiatique ?

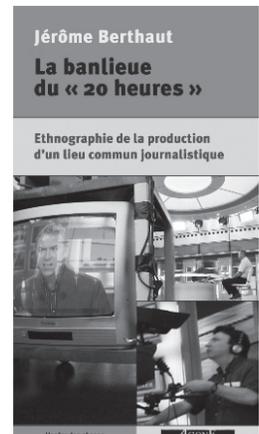
# LA BANLIEUE DU « 20 HEURES »

## ETHNOGRAPHIE DE LA PRODUCTION D'UN LIEU COMMUN JOURNALISTIQUE

CET OUVRAGE, qui s'appuie sur des observations ethnographiques effectuées au cours de « séjours » répétés au sein de la rédaction de France 2 et auprès des reporters en action, renouvelle profondément l'approche sociologique des pratiques journalistiques dont dépendent les représentations médiatiques des quartiers populaires, unifiés sous le vocable de « banlieue ». Il montre que l'image des quartiers populaires véhiculée par les médias dérive moins de positionnements idéologiques ou politiques préalables que du fonctionnement ordinaire, de l'organisation du travail et des rapports hiérarchiques au sein des rédactions.

Après avoir décrit « la conversion d'une rédaction à la fait-diversification de l'actualité » (notamment sous l'effet différé de la privatisation de TF1), l'auteur montre ses conséquences en termes d'évolution des normes professionnelles, marquées par de nouvelles exigences, et notamment par « la conversion aux attitudes et aux points de vue des policiers ». On y découvre aussi les effets du recours routinisé à des intermédiaires dont dépend l'accès au « terrain ». « Garde du corps et guide journalistique », l'intermédiaire recueille des matériaux du reportage. L'épuisement progressif de leurs ressources explique (entre autres raisons) qu'ils ne suffisent pas à garantir l'accès au terrain. C'est pourquoi les rédactions ont recours à d'autres recrues : les « fixeurs », lesquels « préservent paradoxalement le reporter [...] des interactions fortuites qui pourraient pourtant transformer son point de vue ». Or, aux présélections effectuées par les intermédiaires et les « fixeurs », les reporters eux-mêmes ajoutent un deuxième filtrage, en effectuant une « sélection et typification » des lieux et des habitants : un tri de décors et d'acteurs identifiables, conforté par celui des discours sollicités. De même, les journalistes imposent dans leurs entretiens un cadrage préalable, variable selon les interlocuteurs, « installés », comme par exemple les maires, ou « dominés », comme les « jeunes des cités ».

C'est à travers ces différents prismes que s'impose un « journalisme de raccourci », conforté lors de l'étape de finition des reportages, au cours de laquelle « les moments d'écriture des textes, de choix des images et d'agencement de ces composantes offrent [...] des nombreuses possibilités aux responsables de la rédaction pour contrôler et imposer les modèles du sujet "banlieue" ». S'exprime ainsi de manière particulièrement visible, dans cette phase de finalisation des reportages, leur dépendance à l'égard des représentations dominantes des quartiers populaires. Et si, en raison de leurs origines, de leur formation et de leurs expériences professionnelles antérieures, certains journalistes peuvent être rétifs à « endosser les standards sur la banlieue », leur contestation a « des effets limités sur les reportages... mais nocifs pour la carrière ». C'est en effet, « lors de l'écriture finale, que se construisent les places dans les rédactions »...



Jérôme BERTHAUT, éditions Agone, septembre 2013, 430 p., 23 €.

**Adhérer**  
**Acheter en ligne**  
www.acrimed.org

>> **Je m'abonne** pour un an (soit quatre numéros) à *Médiacritique(s)* à partir du n° ...

<input type="checkbox"/> Tarif normal : 15 €	<input type="checkbox"/> Tarif de soutien : 20 € (ou plus...)
<input type="checkbox"/> Union européenne et Suisse : 25 €	<input type="checkbox"/> Reste du monde : 32 €

>> **Je commande**

- NOUVEAU!** Le T-shirt « La télé commande » : 15€, frais de port compris. Taille : XXL, XL, L, M, S.
- Le(s) n° ..... de *Médiacritique(s)* : 5€ le n°, frais de port compris.
- Le(s) livre(s) n° ..... d'Acrimed, aux éditions Syllepse : 7€ pièce, frais de port compris.
- Le DVD des *Nouveaux Chiens de garde* : 17,90€, frais de port compris. (Commandes groupées : nous contacter.)
- Des autocollants : prix libre (min. 2€ pour frais de port). Indiquez vos préférences grâce aux numéros.

Nom : ..... Prénom : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Téléphone : ..... Email : .....

Signature : .....

Bulletin à découper, photocopier ou recopier sur papier libre,  
et à renvoyer, accompagné d'un chèque à l'ordre d'« **Action-Critique-Médias** », à l'adresse suivante :  
Acrimed — 39, rue du Faubourg-Saint-Martin — 75010 Paris  
Tél. : 09 52 86 52 91 — Email : admin@acrimed.org

# MÉDIA(BOU)TIQUE

## ■ ■ LIVRES D'ACRIMED

1. *Médias en campagne* — 7 €
2. *Médias et mobilisations sociales* — 7 €
3. *Tous les médias sont-ils de droite?* — 7 €



## ■ ■ MÉDIACRITIQUE(S)

Au n°: 5€.



- n° 1: *Attention Sondages!* — n° 2: *Sexisme médiatique*  
n° 3: *Médiatisation, piège à cons* — n° 4: *Amour, sport et beauté*  
n° 5: *Pédagogies médiatiques* — n° 6: *Transformer les médias?*  
n° 7: *Médias de démobilisation sociale* — n° 8: *Jeux de l'été*  
n° 9: *Retraites: 20 ans de propagande*

## ■ ■ LES NOUVEAUX CHIENS DE GARDE



**17,90€** le DVD,  
frais de port compris.

## ■ ■ AUTOCOLLANTS (CONÇUS ET RÉALISÉS PAR SÉBASTIEN MARCHAL)



## ■ ■ TICHEURTE

**15€** le t-shirt,  
frais de port compris.  
Prérétréci,  
90% coton, 10% polyester.  
5 tailles disponibles:  
XXL, XL, L, M, S.



# EXERCICE : À LA RECHERCHE DE SERGE DASSAULT



D'après ces titres de presse, lequel des médias suivants vous semble le plus susceptible d'appartenir à Serge Dassault ?



## Serge Dassault admet avoir acheté des votes à Corbeil-Essonnes

LE LUNDI 16 SEPTEMBRE 2013 À 06:30 Par Guillaume Gaven



FRANCE - Article publié le : lundi 16 septembre 2013 à 20:56 - Dernière modification le : lundi 16 septembre 2013 à 20:56

France: le sénateur Serge Dassault, patron du groupe d'armement, convoqué par la justice



## Serge Dassault: une convocation par les juges après des aveux de corruption publiés par Mediapart

PUBLIÉ LE 16/09/2013

Par MP et AFP

Le Monde.fr

## Un enregistrement renforce les soupçons d'achats de voix à Corbeil-Essonnes

LE MONDE | 16.09.2013 à 12h07 |

Par Shahzad Abdul et Simon Piel



## L'AVEU DE DASSAULT (MEDIAPART)

Par Anne-Sophie Jacques le 15/09/2013



## Les avocats de Serge Dassault dénoncent «l'enregistrement pirate» diffusé par Mediapart

ACTUALITÉ > SOCIÉTÉ Par Le Figaro.fr | Mis à jour le 16/09/2013 à 21:07 | Publié le 16/09/2013 à 19:33



## ENREGISTREMENT ACCABLANT CONTRE DASSAULT: RÉACTIONS À CORBEIL-ESSONNES - 16/09



CRÉÉ : 16-09-2013 18:23

## Suspicion de fraude à Corbeil-Essonnes : Dassault convoqué par les juges



## Corbeil-Essonnes : les aveux enregistrés de Dassault

Par Marc-Antoine Bindler avec Alain Acco et AFP

Publié le 16 septembre 2013 à 07h55

Mis à jour le 16 septembre 2013 à 18h46

## MEDIAPART

CORRUPTION — ENQUÊTE

## La police se saisit de l'aveu enregistré de Dassault

19 SEPTEMBRE 2013 | PAR FABRICE ARFI



15/09/2013 à 18h30

## Dassault : l'aveu enregistré de la corruption



POLITIQUE | L'humanité.fr | le 16 Septembre 2013

## Achat de votes à Corbeil-Essonnes: Mediapart enfonce le clou

LesEchos.fr

## Achat de voix : Mediapart remet à la police un enregistrement de Dassault



ESSONNE

## Serge Dassault convoqué chez les juges

Marie D'Ornellas | Publié le 17 sept. 2013, 07h00



## SELON MEDIAPART, SERGE DASSAULT «ADMET AVOIR PAYÉ» POUR UNE VICTOIRE ÉLECTORALE

Par Slate.fr | publié le 15/09/2013 à 23h04, mis à jour le 15/09/2013 à 23h05



## Serge Dassault. Mediapart diffuse des aveux de corruption