

MÉDIACRITIQUE(S)

Magazine trimestriel d'ACRIMED

MÉDIAS ET COMPLOTS



BAL DES FAUX-CULS



EXCLUSIF

LIBÉRATION WEEK-END

Vie privée, vie publique
NOUVELLE FRONTIÈRE

En une semaine, l'affaire « Closer » a achevé d'imbriquer l'intime et l'officiel, symbole d'une société contradictoire dominée par la soif de transparence. NOTRE DOSSIER, PAGES 54

le dauphiné

Le président est-il un peuple normal ?

Le président Hollande sur la place publique

TÉCHÉ
Dramatique
accident hier soir

Le Parisien

Quelle affaire !

L'hospitalisation de Valérie Trierweiler rendue publique hier, après les révélations sur la vie privée de François Hollande, place le président dans une situation très délicate à la veille de sa grande conférence de presse.

grève : bouchons

INONDATION
Le Sud des pieux dans l'

LA DÉPÊCHE

Hollande : atteinte à la vie privée ?

Polémique après la révélation d'une supposée liaison avec l'actrice Julie Gayet...

CIRCULATION
Vers un périple à 70 km/h ?

Le Parisien

Les Couilluses d'une crise

Municipales. NKM doit affronter une nouvelle dissidence dans le XVI^e

grève : bouchons

INONDATION
Le Sud des pieux dans l'

Le Parisien

La fin de l'histoire

François Hollande a officialisé hier soir la fin de sa vie commune avec Valérie Trierweiler. Récit des heures qui ont précédé l'annonce.

grève : bouchons

INONDATION
Le Sud des pieux dans l'

Courrier picard

Hollande parle de tout sauf de sa vie privée

La députée PS corrige Hollande

Les septuagénaires refusent de quitter leur logis insalubres

Le président sous pression

Le viol de la vie privée des politiques

Un président a-t-il une vie privée ?

Le Journal du Dimanche

Respect de la vie privée du Président

77% des Français y sont favorables

LA MONTAGNE

Quand la vie privée s'invite en politique

LA MONTAGNE

La Première dame n'a pas su trouver sa place

la Nouvelle République

Le "gros coup de blues" de Valérie Trierweiler

LA MONTAGNE

Quand la vie privée s'invite en politique

LA MONTAGNE

La Première dame n'a pas su trouver sa place

la Nouvelle République

Le "gros coup de blues" de Valérie Trierweiler

Le Républicain Lorrain

La fin des secrets d'alcôve

Le Républicain Lorrain

Trierweiler : la fin du psychodrame

SUD OUEST

La rupture, c'est maintenant

SUD OUEST

Le tabou du privé a sauté

L'École Royale ANDALOUSE de JEREZ

la Nouvelle République

Closer : on attend la "clarification"

la Nouvelle République

Le viol de la vie privée des politiques

L'INDEPENDANT

Rattrapé par le "peuple"

la Nouvelle République

Closer : on attend la "clarification"

L'INDEPENDANT

Rattrapé par le "peuple"

Le Républicain Lorrain

Trierweiler : la fin du psychodrame

L'INDEPENDANT

F. Hollande annonce la fin de son couple

SOMMAIRE

- 4. Marseille, vu du *Monde*
- 7. Consternante passion pour les palmarès
- 9. Aides à la presse : L'avantage fiscal des journalistes
- 11. Valls médiatique

15-27. MÉDIAS ET COMLOTS

La théorie du complot, arme de destruction massive – Chômage : la vérité est ailleurs – Notre critique des médias? complotiste! – Les complotistes de P.-A. Taguieff – Traque du conspirationnisme à coups de sondage – Bilderberg, cet inconnu – Climat malsain chez Stéphane Bern – Des imprécateurs qui se prennent pour des pédagogues

- 28. Une presse musicale déboussolée
- 30. Vies de pigistes au Liban
- 34. Proudhon critique les médias
- 35. Boutique

Médiacritique(s)

Le magazine trimestriel d'Acrimed

Directeur de la publication

Henri Maler

Ont collaboré à ce numéro

Naïma Benhebbadj, Patrick Champagne, Johann Colin, Émilie Laystary, Blaise Magnin, Henri Maler, Florence Massena, 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.

Libération subit actuellement une crise si grave qu'elle menace son existence. L'hypothèse de la transformation du quotidien fondé par Sartre en complexe de loisirs branché reste posée. L'actionnaire de référence (et milliardaire de l'immobilier) Bruno Ledoux a de toute façon promis une restructuration « inévitable » et « très conséquente ».

La situation du Monde, en crise larvée depuis près de vingt ans, est quelque peu différente. Quelques mois après la création d'un cahier quotidien qui donne déjà une place disproportionnée à la micro-économie, il s'agirait de supprimer des postes au sein des pages Environnement, mais aussi ceux consacrés au suivi de l'exclusion et de la pauvreté, de la banlieue, de l'extrême gauche ou des musiques populaires. Un plan de réorganisation, avec menace de licenciements secs, qui couvrirait donc une reprise en main éditoriale et idéologique.

Mais pourquoi donc s'alarmer de l'éventualité que leurs lecteurs puissent être privés des contorsions péri-gouvernementales de Libération et du libéralisme vaguement social du Monde ?

- Parce que les usagers des médias ne sont pas seulement des consommateurs, décidant selon leurs goûts et opinions, aussi légitimes soient-ils ;
- Parce que le pluralisme forme un tout et que, ce n'est pas par soustraction de titres que se gagne le combat pour une appropriation démocratique des médias ;
- Parce que les autres médias, en particulier sur Internet, ne peuvent pas être de purs et

simples substituts à la presse écrite imprimée ;

- Parce que, comme le souligne Chomsky, l'information que diffusent les médias n'est pas réductible à la propagande.

Si, comme l'affirme aussi Chomsky, « l'analyse du dévoiement médiatique n'exige, dans les pays occidentaux, aucun recours à la théorie du complot », les médias ont, pour leur part, la fâcheuse manie de renvoyer vers un supposé et infâmant « conspirationnisme » quiconque remet en cause les évidences et les certitudes dont ils abreuvent le public (p. 15-16). En commençant par la critique des médias telle qu'Acrimed la pratique, rabattue plus qu'à son tour sur d'imaginaires « théories du complot » (p. 17-18). Au-delà, c'est souvent toute critique sociale, qu'elle émane de journalistes d'investigation, de sociologues, de responsables politiques ou de simples quidam répondant à des sondages, qui est taxée de « complotiste », en particulier quand elle touche les mécanismes du pouvoir (p. 19-22) ou les mœurs des élites – y compris médiatiques (p. 23-25). Cette réticence à engager une discussion argumentée avec ceux qui n'adhèrent pas aux « vérités » que prétendent révéler les médiocrates est non seulement bien peu conforme à l'idéal démocratique et pluraliste que ceux-ci brandissent comme un étendard, mais elle a surtout pour inconvénient de nourrir les suspicions... des amateurs de complot! (p. 26-28)

MARSEILLE, VU DU MONDE

Les 14 et 15 février derniers, en publiant coup sur coup un cahier de 4 pages à l'occasion des élections municipales et un « dossier spécial » dans *M*, son supplément magazine, *Le Monde* mettait Marseille à l'honneur – ce dont Marseille se serait vraisemblablement bien passé, autant que les lecteurs du *Monde*... Car il s'agit principalement de s'esbaudir devant une actualité culturelle branchée et désincarnée ressassée partout depuis un an et l'attractivité nouvelle de la ville pour les élites locales et parisiennes, en réduisant le traitement de la vie et des enjeux politiques locaux à la portion congrue, et en ignorant superbement l'essentiel des habitants, de leurs aspirations et de leurs quartiers. Le tout agrémenté du défilé des clichés les plus éculés sur Marseille. Une réussite!

UN DOSSIER EN CARTON

À la simple vue du bandeau annonçant en « une » le dossier consacré aux élections municipales à Marseille, on pouvait déjà craindre le pire:



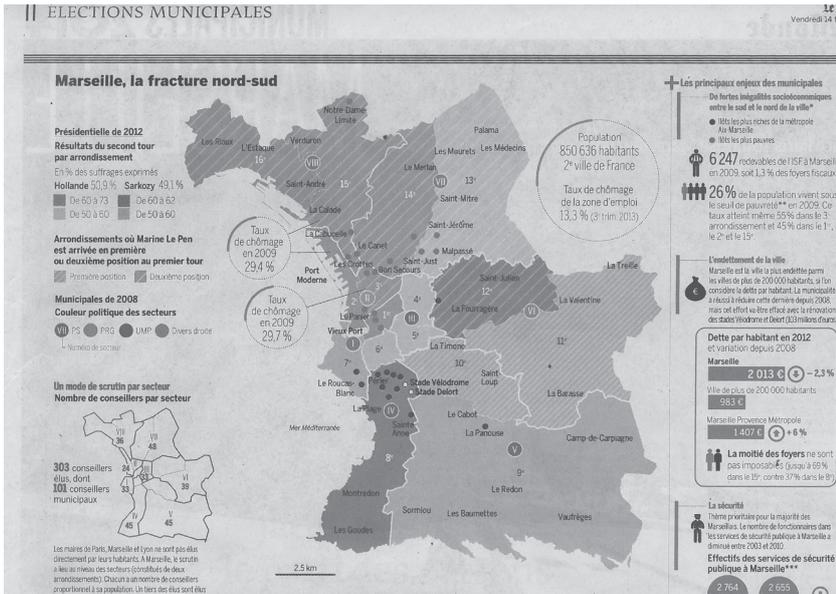
Ce parti pris d'utiliser en appel de « une » les clichés les plus convenus sur la ville, entre « branchitude » et « violence », n'est pas seulement un choix commercial destiné à attirer l'œil et à appâter le chaland. Il est assumé jusque dans le long article d'ouverture du dossier, qui s'applique à donner corps à ces idées reçues dès le sous-titre: « *Branchée? Violente? Les deux. Marseille, bataille symbolique de ces municipales, joue avec ses clichés.* »

La journaliste qui s'essaie à cet exercice de style, Ariane Chemin, « grande signature » du *Monde*, semble se perdre dans cette tentative de mise en abyme des « *images d'Épinal, clichés, poncifs* » dont elle cherche à démontrer qu'ils sont entretenus par les Marseillais eux-mêmes, tout en les entretenant soigneusement. Commencant par relater l'histoire de cette affiche publicitaire pour un polar se déroulant à Marseille, dont le texte (« Marseille, son MuCem, ses meurtres ») a été refusé par le service

juridique de la SNCF, elle conclut: « *Comment mieux résumer, pourtant, l'année qui vient de s'écouler?* » Le MuCem et les meurtres, c'est en effet à peu près tout ce que les grands médias retiennent de Marseille quand ils en parlent – et ce sont les deux thèmes principaux du papier d'Ariane Chemin.

Juxtaposant les témoignages et les anecdotes qui attesteraient du réalisme de ces caricatures, elle réussit même l'exploit de démontrer – sans s'en rendre compte? – ce que cette imagerie grossièrement folklorisante doit aux contrefaçons médiatiques! Après avoir relaté les propos du sociologue, spécialiste des phénomènes de délinquance, Laurent Mucchielli qui assure que « *la comparaison entre Marseille et Chicago, actuel lieu commun médiatique, est en fait une très vieille représentation, qui faisait déjà les beaux jours de Détective dans l'entre-deux-guerres!* », elle s'évertue à lui donner raison en relayant les rodomontades de quelques jeunes sur internet: « *Aujourd'hui, ce sont les petits "Scarface" des quartiers nord qui postent la figure d'Al Capone sur la page d'accueil de leur Facebook. Le mythe a la vie dure, entretenu par les intéressés eux-mêmes* »... avant de conclure son papier par la possibilité d'une réplique marseillaise de « *"The Wire", la série américaine culte qui a pour toile de fond les cités de Baltimore et leurs dealers, qui ressemblent tant aux quartiers nord* ». Alors, Chicago ou Baltimore?

Cet article qui occupe, avec une grande photo, toute la première page du cahier concocté par *Le Monde* qui en compte quatre, et dont ne voit pas quel éclairage il est censé apporter sur le scrutin municipal à venir, est malheureusement au diapason des trois pages qui suivent! Ainsi, la seconde page, qui est la seule à aborder les enjeux socio-économiques et la vie politique de la ville, est d'une



pauvreté affligeante. Un comble pour un dossier publié à l'occasion des élections municipales...

Pour saisir tout à la fois la structure politique de la ville, le mode de scrutin en vigueur, mais aussi « les principaux enjeux des municipales » (« De fortes inégalités socio-économiques », « L'endettement de la ville » et « La sécurité »), le lecteur devra se contenter d'éplucher une carte de Marseille très lourdement enrichie par une infographie foisonnante, qui occupe une demi-page. Intitulée « Marseille, la fracture nord-sud », cette carte affiche pour l'essentiel, par secteur, les résultats du deuxième tour (et la place de Marine Le Pen au premier tour) de la dernière élection présidentielle, ainsi que la « couleur politique » issue des dernières municipales. Criblée de points figurant les « îlots les plus riches » et les « îlots les plus pauvres », elle permet d'entreapercevoir des inégalités sociales béantes, mais ne donne lieu à aucun commentaire. Pas même le commencement d'une analyse ou d'une explication qui permettrait d'en saisir les conséquences sur la vie de la cité et ses équilibres politiques ! Le clivage entre le nord et le sud de la ville, flagrant lui aussi, n'est pas davantage commenté.

L'aspect proprement politique de cette élection est donc expédié dans l'autre moitié de la page avec un seul article de synthèse, convenu

et plat, intitulé « Un dernier combat difficile pour "l'ogre Gaudin" », qui résume l'élection à son second tour probable, où s'affronteraient le maire sortant et Patrick Menucci, avec le FN en position d'arbitre en cas de triangulaires « dans des secteurs clés ». Le tout étant « complété » par une série de six portraits des « principaux candidats », intitulée « La gauche en ordre dispersé », mais évoquant le candidat du Front de gauche comme celui du FN... - portraits si brefs qu'une consultation de Wikipédia se révélerait plus instructive.

Pourtant, dans une ville où le Front national est solidement implanté, et de longue date, où la CGT est puissante, où perdure une tradition anarchiste et libertaire vivace et où réside encore une population ouvrière importante, les sujets d'enquête sociale à forte résonance politique ne devraient pas être si difficiles à trouver.

Mais ce sont sans doute là des sujets trop triviaux pour *Le Monde* qui, hormis un article « tarte-à-la-crème » sur l'OM, « passage obligé pour les candidats », préfère consacrer le reste de ce dossier « spécial municipales » à « la culture » - mais la culture comme l'aime *Le Monde*, c'est-à-dire élitiste, avant-gardiste et institutionnelle... Un premier article, le moins contestable, se

penche sur l'avenir de « La Friche » de la Belle-de-Mai, un établissement culturel et artistique établi dans l'ancienne Manufacture des tabacs de Marseille, après le succès et l'affluence dus à l'opération « Marseille-Provence 2013 capitale européenne de la culture ». Certes, il est surtout question d'enjeux financiers et de la rentabilisation du lieu, certes, l'on apprend au détour d'une phrase que le quartier de la Belle-de-Mai est un des plus pauvres de France, sans que le journaliste ne cherche à savoir, en dehors de l'installation d'une crèche et d'un skatepark, quels types de relations les habitants entretiennent avec cet équipement culturel, certes tout ceci est bien maigre pour une ville parmi les plus cosmopolites de France, animée par un réseau associatif d'une grande richesse, mais au moins apprend-on quelque chose sur la vie culturelle marseillaise.

Car dans la quatrième et dernière page, on pourra surtout vérifier le tropisme du *Monde* pour les patrons philanthropes et les demi-intellectuels bavards ! Avec un portrait de Jacques Pfister, ex-PDG d'Orangina, président de la chambre de commerce et d'industrie Marseille-Provence, président de l'association Marseille-Provence 2013, qui « a porté l'opération Capitale européenne de la culture 2013. Sans s'engager politiquement. » Ce qui doit vouloir dire qu'il n'a pas encore pris parti pour le second tour prévu par *Le Monde*.

Complétant ce portrait qui est aussi un chef-d'œuvre de complaisance, un entretien avec l'architecte du Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MuCEM), inauguré en juin 2013, s'appesantit encore sur la

Les principaux candidats La gauche en ordre dispersé

Jean-Marc Coppey (UMP) élu député de la 1^{re} circonscription de Marseille : Maire de Marseille de 2001 à 2008, il a été élu député de la 1^{re} circonscription de Marseille en 2007. Il est candidat à la mairie de Marseille en 2014.

Patrick Monod (PS) élu député de la 1^{re} circonscription de Marseille : Maire de Marseille de 2008 à 2013, il est candidat à la mairie de Marseille en 2014.

Jacques Baudry (PS) élu député de la 1^{re} circonscription de Marseille : Maire de Marseille de 2013 à 2014, il est candidat à la mairie de Marseille en 2014.

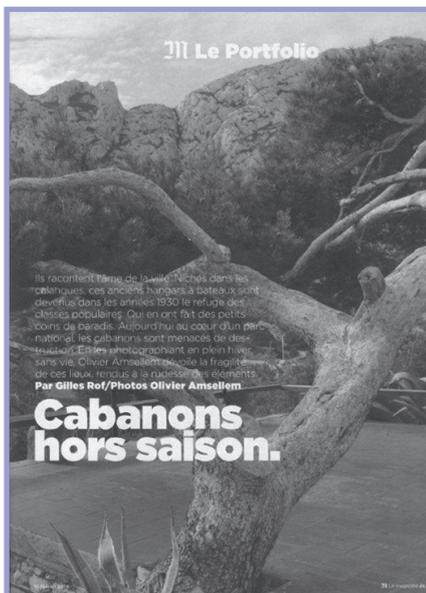
Stéphane Barthe (PS) élu député de la 1^{re} circonscription de Marseille : Maire de Marseille de 2014 à 2015, il est candidat à la mairie de Marseille en 2014.

principale réalisation de « Marseille-Provence 2013 capitale européenne de la culture ». Et, comme pour le portrait précédent, on se demande ce que vient faire cet entretien dans des pages en principe consacrées aux municipales...

La réponse ne viendra ni de la citation mise en exergue, « *Marseille a besoin de tendresse* » (sic), ni de la fibre sociale et du sens de la démocratisation culturelle manifestés par l'architecte. Lorsque le journaliste lui indique que « *le MuCEM reconnaît ne pas avoir encore séduit les classes populaires...* », ce dernier rétorque : « *On ne peut les amener de force... J'ai obtenu qu'on puisse circuler gratuitement sur les rampes périphériques du musée. C'était la seule manière de tendre la main à la cité.* »

UN MARSEILLE AU GOÛT DU MONDE

Le dossier « spécial Marseille » publié le lendemain dans le supplément week-end, au format magazine, du *Monde*, ne vaudra pas mieux du point de vue de la qualité de l'information, que celui prétendument consacré aux municipales. Il s'ouvre par un reportage photographique proposant plusieurs clichés des anciens hangars à bateaux transformés en cabanons, nichés dans les calanques entourant Marseille. Ces cabanons « *devenus dans les années 1930 le refuge des classes populaires* » sont aujourd'hui



« *menacés de destruction* » car situés « *au cœur d'un parc national* ».

Le choix de les photographier en hiver, lorsqu'ils sont fermés et que leurs terrasses sont désertées par leurs propriétaires symbolise sans doute très bien le sort qui les attend. Tout comme le choix du *Monde* d'esthétiser la mort d'un certain style de loisirs ouvriers symbolise sans doute très bien le rapport que ce journal entretient avec les classes populaires. Quant aux loisirs actuels des Marseillaises et des Marseillais issus des quartiers nord, ce n'est pas dans *Le Monde* que l'on apprendra de quoi ils sont faits... En revanche, pour ce qui est de relater le « *vent de branchitude [qui] a soufflé sur quelques rues* » en 2013, et l'ouverture de « *concept stores, cantines de luxe et bars à cocktails [qui] drainent une nouvelle clientèle aisée* », on peut compter sur l'enthousiasme du quotidien du soir.

Le jeu de mots ridicule qui fait office de titre, « *Il fait bobo à Marseille* », dit tout de l'article qui suit, dont on peut résumer le propos simpliste par ces deux phrases introductives : « *“Meilleure ville de l'année” avec San Francisco pour le magazine anglais Wallpaper, “capitale secrète de la France” pour le New York Times... Depuis 2013, Marseille semble avoir décroché son label de ville en vogue, entraînant la naissance d'une tribu identique à celle que l'on croise dans toutes les grandes métropoles : les bobos.* » Si même la presse anglo-saxonne le dit...

Suit une litanie d'adresses de restaurants et de commerces « *branchés* » conseillées par divers témoins, adeptes ou spécialistes de la culture « *branchée* » – telle par exemple « *Tania Bruna-Russo, ancienne journaliste de Canal+, récemment installée dans la cité* » qui témoigne : « *En tant que bobo parisienne pur jus, je ne me suis jamais sentie aussi bien qu'à Marseille aujourd'hui!* » Et le journaliste, sous le charme, de révéler ce scoop qui ravira tous les « *bobos branchés* » que compte Marseille : « *Au printemps, elle ouvrira, dans une ancienne boulangerie un peu défraîchie, le Bongo, un restaurant*



inspiré des cantines branchées californiennes ».

Le dernier article significatif de ce dossier dédié à la cité phocéenne est consacré au « *souk des Capucins* », présenté comme « *un marché populaire entouré d'échoppes [qui] draine toutes les communautés de la ville* ». Classé dans la rubrique « *Le style* », il est agrémenté par des clichés et des œuvres du « *photographe et plasticien Lorenzo Vitturi* » qui « *commente ses étranges sculptures* ». Un cocktail éditorial qui, s'il rend sans doute davantage compte de ce qu'est réellement la ville, ne saurait déplaire à ces « *bobos* » qui fascinent tant *Le Monde*.

Comme si tout ceci ne suffisait pas, Marseille s'est de nouveau retrouvé en « *une* » du *Monde* le jeudi 27 février. Il s'agissait d'annoncer deux points de vue sur la ville proposés par deux écrivains dans les pages « *Débats* » du quotidien. La titraille choisie pour les présenter en première page ? « *Marseille, ville qui monte ou ville qui plonge?* » Une question alléchante et percutante qui aurait encore gagné en concision formulée ainsi : « *Marseille, top ou flop?* » En tout cas, *Le Monde*, dont on pensait qu'il avait déjà touché le fond depuis bien longtemps, apporte la preuve avec ce genre de problématique tout en nuances, qu'il continue de creuser...

CONSTERNANTE PASSION POUR LES « PALMARÈS »

En toute saison, fleurissent un peu partout dans les médias d'innombrables « classements » et « palmarès ». Ceux qui visent à désigner les meilleurs (et les plus mauvais) lycées, hôpitaux, ou « villes où il fait bon vivre » s'affichent même régulièrement en « une » de la grande presse magazine. Reposant sur des données produites par d'autres, et donc peu coûteux à fabriquer, reproductibles chaque année, présentant une très faible valeur informative, ces « palmarès », bien qu'ils ne surgissent pas à date fixe, sont, à leur façon, des « marronniers » journalistiques. Mais sont-ils aussi anodins qu'il n'y paraît ?

Leur logique revient en effet à soumettre toute chose et toute activité à une compétition et à une concurrence permanentes, afin de classer et de hiérarchiser, de célébrer les « meilleurs » et de montrer du doigt les « mauvais ». Une invitation implicite à une guerre de tous (lycées, universités, hôpitaux, villes, pays...) contre tous les autres, afin de... progresser dans les « palmarès » ! En outre, ces classements incitent les lecteurs à réagir et à agir pour eux-mêmes, en tant que consommateurs à la recherche du « meilleur » service ou du « meilleur cadre de vie », plutôt que comme des citoyens actifs se mobilisant pour prendre en charge collectivement les affaires qui les concernent, défendre leurs intérêts et obtenir qu'ils soient pris en compte.

Au-delà de la logique délétère sur laquelle ils reposent, la valeur probante de ces « palmarès » rarement mise en question, et si des doutes sont parfois émis sur leur fiabilité, sur leur méthode ou sur ce qu'ils mesurent réellement, ils sont vite balayés par la livraison suivante. On pourrait pourtant légitimement se demander, par exemple, en quoi une poignée d'indicateurs sélectionnés par on ne sait trop quel expert peut résumer la « compétitivité »... d'un pays. Ou quel est l'intérêt d'un classement qui prétend comparer et classer des lycées d'élites et des lycées des quartiers populaires, des hôpitaux universitaires de grandes villes adossés à des centres de recherche et des petits établissements ruraux, ou encore des villes et des pays que tout, taille, histoire et culture, sépare – bref, de comparer l'incomparable.

Et quand bien même les résultats de tels objets journalistiques pourraient être pris au sérieux, que faudrait-il en conclure ? Que les autorités doivent fermer d'office les trois (les dix ?) hôpitaux ou lycées arrivés en dernière position dans tel ou tel classement ? Que les usagers de ces établissements devraient déménager au plus vite, ou en choisir d'autres ? Qui, parmi eux, à supposer qu'ils le désirent, en auraient la possibilité ? Quant à « l'entreprise France », souvent mal « classée », elle n'est (malheureusement ?) pas délocalisable.

Pis, la plupart des articles, reportages ou « dossiers » qui présentent les résultats de ces « palmarès » réussissent l'exploit de n'évoquer ni la moindre explication des inégalités qu'ils manifestent ni aucune solution envisageable pour les résorber ! Pour qu'il en aille différemment, un véritable travail journalistique serait nécessaire, dont le coût viendrait contrarier la raison d'être de l'opération. Et c'est ainsi que sont publiés en permanence des classements qui ne veulent rien

dire, que les médias vont pêcher dans des médias étrangers, dans des enquêtes menées par des « boîtes à idées », ou le plus souvent par des institutions publiques – ni les uns ni les autres n'étant évidemment désintéressés quand ils publient leurs résultats...

Une poignée de sujets de prédilection, qui touchent le plus souvent aux préoccupations les plus intimes des lecteurs (leur santé, leur cadre de vie, le devenir de leur progéniture),



focalise ainsi l'attention des médias qui se transforment alors en arbitres d'on ne sait trop quoi :

— **La compétitivité de la France**, mesurée par « le classement du forum de Davos » et repris par *Le Figaro*, *Challenges*, et bien sûr *Les Échos*. Une compétitivité qui peut se décliner avec *La Tribune* en « classement des pays où l'énergie est la plus compétitive », ou en « palmarès des États les plus riches » en termes de recettes fiscales.

— **Les villes** sont une chasse gardée de *L'Express* avec son désormais fameux palmarès de celles « où il fait bon vivre », mais aussi son « palmarès des meilleures villes pour entreprendre », ou encore celui de l'insécurité qui met en regard les statistiques de communes de moins de 100 habitants et celles des plus grandes villes françaises...

— **Le système d'enseignement** dont une des fonctions est d'évaluer élèves et étudiants est, en retour, sans cesse soumis à la compulsion évaluatrice des médias. Même la PQR y trouve son compte, qui s'applique, avec un chauvinisme (de clocher) jamais démenti, à recycler chacune de ces « enquêtes ».

Ce sont d'abord les lycées qui, chaque année, se voient classés en fonction de leurs résultats au bac. Un travail journalistique pas trop éreintant, puisque *Le Figaro* ou *L'Express*, par exemple, se contentent de... reproduire les données fournies par l'Éducation nationale ! La plupart des éditions locales de la PQR reprennent, quant à elles, les résultats du classement établi sur les mêmes bases par le magazine spécialisé *L'Étudiant*.

Les établissements d'enseignement supérieur sont eux aussi régulièrement passés au crible hiérarchisant de la grande presse. Avec en premier lieu les écoles de commerce qui, si elles ne concernent qu'une toute petite minorité des étudiants du pays, intéressent un lectorat à fort pouvoir d'achat choyé pour sa capacité à attirer les annonceurs.

Quant aux universités, la référence incontournable - et incontestable... - reste le « classement de Shanghai »,

servilement relayé chaque année dans toute la grande presse. Mais comme le ministère de l'Enseignement supérieur publie depuis peu « les performances » comparées des établissements français, la presse dominante a trouvé la matière à une nouvelle salve d'évaluations : l'amour du savoir chevillé au corps, *Le Monde* retient ainsi que la faculté peut être « un tremplin pour l'entreprise » (*sic*), tandis que *Le Nouvel Observateur* classe celles « qui donnent le meilleur salaire » et, surpris de constater que ce ne sont pas les usines à chômeurs parfois décriées, établit « Le palmarès des facs qui donnent du boulot ». Là encore, les médias locaux ne sont pas en reste, avec par exemple France 3 Midi-Pyrénées qui se gargarise de voir les universités toulousaines bien figurer dans le classement du ministère : « Toulouse : l'université Paul-Sabatier en tête des facultés françaises pour l'accès à l'emploi de ses étudiants ».

— **Les hôpitaux** sont une source d'inspiration pour toute la presse magazine. *Le Nouvel Observateur* publie ainsi chaque année son classement par discipline, par établissement ou par département, ainsi qu'un « tableau d'honneur des établissements toutes pathologies confondues », tout comme *Le Point*, ou dans une version moins élaborée *Le Figaro magazine*. Et *La Dépêche*, entre autres, de se féliciter de la bonne performance du CHU de Toulouse...

— **Les « personnalités »**. L'inanité de ces palmarès qui reviennent à mesurer l'incommensurable n'est jamais aussi visible que lorsqu'elle applique la méthode déjà critiquable des sondages de popularité dont abuse le journalisme politique à l'ensemble de l'actualité. Avec par exemple *Le Nouvel Observateur* qui reprend une des références en la matière : le classement des personnalités les plus impopulaires réalisé par... *Voici*. Classement dont les résultats sont quelque peu baroques :

1. Nabilla (62%)
2. Zahia (61%)
3. Franck Ribéry (53%)
4. François Hollande (47%)
5. Valérie Trierweiler (42%)
6. Nicolas Sarkozy (37%)
7. Alain Delon (32%)
8. Benjamin Castaldi (31%)

Le Monde, qui met un point d'honneur à ne jamais priver ses lecteurs d'une information décisive, consacre un article au palmarès des requêtes effectuées en 2013 sur Google pour révéler que Nabilla devance... Nelson Mandela ! Pas moins absurde, mais beaucoup plus prestigieux, le « palmarès des personnalités de l'année » établi par le magazine américain *Time* mettait cette année à l'honneur le pape François devant Edward Snowden et Bachar el-Assad, comme le *JDD* et nombre de ses concurrents se sont empressés de le rapporter. Et puisque décidément la PQR sait faire feu de tout bois, quelques journaux locaux organisent eux aussi leur concours de la personnalité de l'année, comme *Le Dauphiné*, en Isère, ou *Sud Ouest*, dans le Gers...

Le darwinisme social est cette délicate doctrine qui soutient que la lutte de tous contre tous et la sélection qui en découle sont les moteurs indispensables du progrès. Imprégnés de ce darwinisme qui ne rend raison qu'aux (supposés) « meilleurs », incitant à la mise en concurrence des quelques secteurs qui y échappent encore, ces « palmarès » ne sont pas seulement d'un contenu informatif à peu près nul, ils apparaissent aussi comme les promoteurs d'une certaine vision du monde... Une vision du monde ultralibérale, qui n'est pas sans rappeler celle du trader, l'œil rivé sur l'évolution des cours de bourse et recherchant les « meilleures valeurs » pour faire les « meilleurs placements », ou la vogue du « nouveau management public » qui, sous couvert d'évaluation neutre s'appuyant sur des mesures chiffrées des « performances » de l'action publique, est en réalité une machine à porter des coups sévères aux services publics [1]... Ces « palmarès » à l'instar des sondages d'opinion, remplissent apparemment le vide avec du presque rien. En réalité, bien qu'ils ne provoquent pas ce qu'ils suggèrent, ils contribuent à le légitimer.

[1] Voir sur ce sujet, Laurent Bonelli et Willy Pelletier (dir.), *L'État démantelé. Enquête sur une révolution silencieuse*, La Découverte, 2010, 324 p.

AIDES À LA PRESSE : L'AVANTAGE FISCAL DES JOURNALISTES

La question des aides à la presse est beaucoup plus complexe qu'il n'y paraît. C'est donc à un « état des lieux » que nous consacrerons une série d'articles. En commençant par une question particulièrement sensible et apparemment secondaire: celle de l'abattement fiscal réservé aux journalistes.

UN PEU D'HISTOIRE

En 1934, est créée l'allocation pour frais d'emploi des journalistes, autorisant tous les titulaires de la carte de presse à déduire 30 % de leurs revenus bruts pour calculer leur revenu imposable. À l'origine, indique *Le Monde* dans un article sur lequel nous reviendrons, « il était conçu comme une aide aux patrons de presse, afin de leur permettre d'embaucher moins cher ».

Aide aux patrons de presse ou aide aux journalistes? Ce n'est pas exactement la même chose. De quoi s'agit-il plus précisément? Le « Rapport général sur le projet de loi de finances pour 1998 » rappelle, dans son commentaire de l'article 6, que selon l'article 83-3° du Code général des impôts alors en vigueur, le journalisme fait partie des « catégories de professions qui comportent des frais dont le montant est notoirement supérieur » à 10 % (l'abattement consenti à tous les salariés): 110 professions dont la liste, hétéroclite et passablement désuète, figure encore dans le Code général des impôts et que le rapport mentionne.

En 1996, le gouvernement d'Alain Juppé avait décidé de supprimer cette allocation attribuée aux journalistes, au même titre que pour toutes les professions concernées. Exactement: « Suppression progressive des déductions forfaitaires supplémentaires pour frais professionnels de certaines professions. » Et le projet de préciser: « Instituées à l'origine pour prendre en compte la situation des membres de professions supportant des frais plus élevés que la

généralité des salariés, ces déductions supplémentaires ont progressivement perdu toute justification dès lors que les conditions d'exercice de ces professions et les conditions de défraiement des salariés ont considérablement évolué. Ce dispositif qui s'est ainsi transformé, au fil du temps, en un avantage fiscal sans rapport avec la réalité des frais supportés par les intéressés est aujourd'hui une source de complication et d'iniquité. »

La mobilisation des syndicats de journalistes et d'une partie des médias proprement dits avait été immédiate. Plusieurs manifestations se tiennent alors à Paris, et une dizaine de titres de la presse régionale se livre à une opération « homme invisible » en supprimant, à quelques semaines des élections, les photographies des responsables politiques favorables à la suppression de l'abattement fiscal. Conséquence: le gouvernement est amené à ouvrir une concertation.

En 1998, le gouvernement de Lionel Jospin fait adopter dans la loi de finances rectificative une nouvelle forme de l'allocation qui stipule: « Sont affranchis de l'impôt: 1° Les allocations spéciales destinées à couvrir les frais inhérents à la fonction ou à l'emploi et effectivement utilisées conformément à leur objet. Les rémunérations des journalistes, rédacteurs, photographes, directeurs de journaux et critiques dramatiques et musicaux perçues en qualité constituent de telles allocations à concurrence de 50000 F [7650 €]. Toutefois, lorsque leur montant est fixé par voie législative, ces allocations sont toujours réputées utilisées conformément à leur objet et ne

peuvent donner lieu à aucune vérification de la part de l'administration. » Depuis 1998, ces dispositions n'ont pas changé et le montant forfaitaire plafonné à 7650 € n'a pas été augmenté.

On notera pourtant ceci:

- Le passage d'une allocation en pourcentage des revenus (30 %) à une allocation au montant forfaitaire diminue quelque peu les avantages consentis aux plus hauts revenus. Or ce sont ces revenus que les chefferies médiatiques augmentent souvent sans vergogne. Pourtant, les directeurs de journaux figurent encore dans la liste;
- L'affectation de l'allocation au remboursement de frais professionnels est réputée invérifiable.

En octobre 2012, lors du débat sur le projet de loi de finance pour 2013, l'UMP tente à nouveau, à travers deux amendements successifs, d'obtenir la suppression de l'allocation, puis sa diminution en accusant notamment le gouvernement de favoriser les journalistes (mais aussi les contribuables d'Outre-mer et les cinéastes « parce qu'ils sont de gauche »). À cette occasion, Jérôme Cahuzac, alors ministre du Budget, avait déclaré qu'« il s'agit moins d'une aide à une catégorie professionnelle qu'une aide à un secteur professionnel qui s'appelle la presse écrite, en situation très délicate à l'heure actuelle et indispensable à la démocratie ».

Aide à la presse écrite, donc. Or, ce ne sont pas seulement les journalistes de la presse écrite qui sont concernés...

Aides à la presse

COMBIEN ÇA COÛTE ?

Dans un article solidement étayé (et déjà évoqué) de Samuel Laurent et Jonathan Parienté, publié le 9 octobre 2012 sous le titre « Niche fiscale des journalistes: les faits derrière les clichés », *Le Monde* s'efforce notamment de chiffrer le coût de l'abattement pour les finances publiques: « Lors de la mise en place de la nouvelle mouture, en 1999, l'Assemblée évoquait un "rendement de l'impôt sur le revenu réduit de 50 millions de francs [soit 7,6 millions d'euros], pour tenir compte de la mesure adoptée à l'initiative de l'Assemblée en faveur des journalistes". » *Le Monde* propose, dicit, un « calcul grossier », au terme duquel il conclut qu'« il est probable que 50 millions d'euros est un ordre de grandeur acceptable [1]. Pour donner des comparaisons, on peut citer le coût de la niche « Scellier outre-mer » (réductions d'impôt pour la construction ou la réhabilitation de logements dans les DOM), qui touche également 43700 ménages, a coûté, en 2012, 355 millions d'euros ».

UN « ACQUIS » JUSTIFIÉ ?

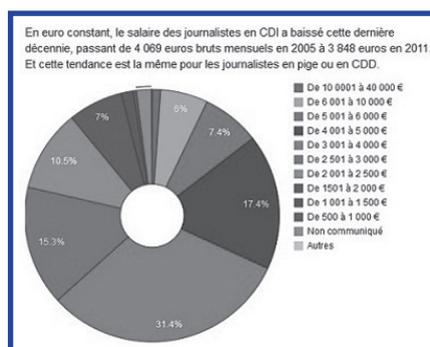
Les syndicats de journalistes défendent ardemment le maintien de cet avantage fiscal. Tel est le cas notamment du Syndicat national des journalistes (SNJ) qui, en 2010, s'insurgeait contre les menaces que la droite au pouvoir faisait peser sur l'allocation (« Pour les journalistes le rabaillage fiscal serait une "double peine" »).

Deux arguments forts plaident en faveur de leur position :

- Cette allocation ne pourrait être supprimée qu'à la condition d'être compensée par des augmentations de salaires que les patrons de presse ne sont pas disposés ou en mesure de consentir.
- Et surtout: cette allocation bénéficie d'abord, certes pas aux plus faibles des faibles revenus (qui sont tout simplement dispensés d'imposition), mais aux revenus qui se situent en dessous du salaire médian.

En 2010, le SNJ soulignait que « parmi les 37000 détenteurs de la carte de presse en 2008, 217 journalistes mensualisés avaient certes des salaires supérieurs à 10000 €

bruts par mois, mais près de la moitié étaient en dessous de 3000 € bruts ». Et de préciser: « Quant aux pigistes, ils étaient 37 % à gagner moins de 1500 €. » C'est exact: les inégalités, même sous le seuil des 3000 €, sont très fortes. Mais il convient de noter qu'avec un revenu mensuel brut moyen de 3200 €, un journaliste ferait partie des 15 % de Français les mieux lotis. Les chiffres donnés par le SNJ sont confirmés et détaillés ainsi par *Le Monde*, dans l'article de Samuel Laurent et Jonathan Parienté:



À titre indicatif et très approximativement, on peut évaluer, pour un revenu net de 3000 €, entre 1000 € (s'il a deux enfants) et 1500 € (s'il est célibataire et sans enfants), la diminution d'impôt dont bénéficie un journaliste en raison de l'abattement fiscal. C'est loin d'être négligeable. Mais cela ne concerne pas la majorité de la profession. La défense de cette allocation comme un « acquis » ne se confond donc pas nécessairement avec un pur corporatisme que les éditocrates sont pourtant toujours prêts à dénoncer chez les autres.

Pourtant, c'est un « acquis » très ambivalent dont la défense reste des plus discutables.

- Présentée comme un avantage consenti aux journalistes, cette allocation est aussi (surtout?) une aide à la presse qui dispense les patrons d'augmenter les salaires les plus bas (et ils sont nombreux).
- Justifiée comme une aide à la presse écrite en difficulté, elle concerne tous les journalistes quel que soit le média dans lequel ils travaillent.
- Adoptée sous forme d'un montant forfaitaire, elle exonère indifféremment tous les journalistes, comme s'ils exerçaient effectivement les mêmes métiers ou des métiers similaires. De

surcroît, l'allocation exonère à égalité tous les journalistes y compris ceux qui disposent des revenus les plus élevés, mais ne concerne pas tous les journalistes précaires.

- Soutenue comme une allocation pour frais professionnels, elle est indifférenciée quels que soient les frais réels engagés par les journalistes, très inégaux selon leur fonction: des frais que l'attribution de l'allocation dispense officiellement de calculer et de vérifier.
- Et surtout, souvent considérée par les journalistes comme un marqueur de leur identité professionnelle et de leur fonction démocratique, cette allocation apparaît désormais comme un avantage injustifié dont le maintien ne contribue guère au prestige de la profession.

C'est ce que soutient notamment le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL) dans son « Manifeste pour un nouvel écosystème de la presse numérique »: « Au plan fiscal, la survivance d'une "niche" qui permet aux journalistes de déduire 7650 € de leur revenu imposable est devenue difficilement justifiable et entretient auprès du public l'idée que les journalistes font partie d'une "caste" de privilégiés. » C'est pourquoi le SPIIL exige sa suppression progressive: « l'abattement fiscal réservé aux journalistes doit être supprimé progressivement sur trois ans, tandis que les conditions d'une compensation salariale seront discutées entre partenaires sociaux. » Fort bien. Mais n'est-ce pas une position très... patronale que de s'en remettre à une « discussion », entre de prétendus « partenaires », sans tenir compte des rapports de force existants, notamment dans la presse écrite?

Entre sa suppression pure et simple et son maintien sans réserves, les marges sont étroites. La discussion est ouverte... Mais pour arrêter une position, c'est l'ensemble du dispositif d'aides à la presse qu'il faut examiner. À suivre donc...

[1] Wikipédia évalue l'aide consentie à environ « 20 millions d'euros par an, soit un peu plus de 1 % du total des aides à la presse en France », selon un calcul qui, lui, ne tient compte que du montant total de l'abattement, et non des réductions d'impôt qui résultent de cet abattement.

VALLS MÉDIATIQUE

Quel est le traitement médiatique réservé à Manuel Valls ? À sa personne, et non à sa politique ; car en dépit de la complaisance dont elle bénéficie, cette politique est bien souvent reléguée au second plan de l'espace médiatique occupé par un ministre devenu en quelques mois « incontournable ».

Plutôt que de tenter de comprendre les ressorts de ladite politique, les grands médias se contentent bien souvent d'une salve de sondages fumeux et de prévisions oiseuses. Mais paradoxalement, en multipliant les sujets sur la politique (politicienne), cette médiatisation outrancière est vouée à dépolitiser le débat et les enjeux (politiques). Le « cas » de Manuel Valls n'est qu'un « cas » particulier d'un phénomène plus général : c'est surtout à ce titre qu'il nous intéresse.

QU'IMPORTE LE SONDAGE, POURVU QU'ON AIT L'IVRESSE...

CE QUI FRAPPE lorsque l'on se penche sur le traitement par les médias de Manuel Valls au cours de ces derniers mois, c'est la façon dont chaque article le concernant s'appuie sur une enquête d'opinion : au mieux, les chiffres accompagnent l'analyse ; au pire, ils s'y substituent et constituent, à eux seuls, « l'information ». Ainsi, on ne compte plus les articles – parus notamment dans *Le Figaro* – qui au cours de l'été se sont attardés avec les mêmes mots et les mêmes titres, sur les tendances sondagières à la hausse du « premier flic de France » :

La popularité de Valls atteint des sommets

Reactions (123)



Le bel été de la cote de popularité de Manuel Valls

Reactions (123)

BAROMÈTRE FIGARO MAGAZINE - Les polémiques estivales sur la réforme pénale n'ont pas écorché l'image du ministre de l'Intérieur qui gagne en popularité chez les sympathisants de gauche comme de droite. La cote du couple exécutif stagne au plus bas.

» Le baromètre TNS Sofres du mois de septembre pour le *Figaro Magazine*

Certes le bel été médiatique de Manuel Valls fut parfois semé d'embûches ; pourtant, les articles ne manquent pas qui réitèrent, à chaque nouvelle « polémique », cette vérité toujours bonne à dire :

La popularité de Manuel Valls ne se dément pas

Reactions (82)

En dépit de la polémique sur les Roms, le ministre de l'Intérieur jouit toujours d'une excellente image auprès des Français, qui apprécient son "courage" et ses "convictions profondes".

Si la presse papier ne s'est pas ménagée pour couvrir l'actualité du ministre de l'Intérieur, les radios et les télévisions ne furent pas en reste : entre mi-août et mi-octobre, Manuel Valls fut invité sur toutes les grandes chaînes, parfois à plusieurs reprises. Il fut notamment l'invité de choix le 26 août de la première du « Grand Journal » de Canal +, désormais présenté par Antoine de Caunes, et fut interrogé à quelques jours d'intervalle dans les matinales d'Europe 1, de France Inter, de RTL et de BFM. Rien de moins... À force d'être invité et entendu partout et par tous, il devint littéralement « incontournable ». Détail révélateur, même quand il n'est pas l'objet du reportage, son « aura médiatique » mérite qu'on s'y arrête ; ce fut par exemple le cas lors du retour de l'émission *Comme on nous parle* sur les ondes de France Inter le 30 août,

quand Vanessa Schneider, chroniqueuse dans l'émission, commença de dresser le portrait d'Arnaud Montebourg en rappelant qu'il était « *une des personnalités du gouvernement les plus populaires* ». Pascale Clark s'empressa alors d'ajouter « *après Manuel Valls* ». Et personne n'y trouva à redire.

Reste que les mêmes qui s'extasiaient devant « Le fol été médiatique de Manuel Valls », osent parfois quelques (petites) réserves : sur le site *France24*, une journaliste souligne ainsi début août que « *le ministre de l'Intérieur est partout, même là où il n'est pas attendu* ». Avant de s'interroger : « *En fait-il trop ?* » Question qui a au moins l'avantage de semer le doute dans l'esprit de l'observateur : il est légitime de se demander si le ministre ne cherche pas à tout prix à faire parler de lui. Mais il faudrait reconnaître dans le même temps que les médias en question ne font rien pour l'en empêcher. Bien au contraire : si la médiatisation recherchée par le ministre remporte un indéniable succès, c'est que cette médiatisation est principalement l'œuvre des médias eux-mêmes.

Quand la presse se penche – enfin – sur l'action politique du ministre, la titraille suggère que ce dernier la mène

au moins en partie au nom de ses « bons sondages ». Le 24 août, le quotidien *20 minutes* rapporte ainsi que « **Manuel Valls, le poids lourd médiatique du PS, veut combattre le FN** ». Que le ministre soit mû par les résultats de ces « enquêtes » qui n'en sont pas, sans doute. Mais que les médias ratifient le fait que son action soit et doive être essentiellement mesurée à l'aune de « son poids médiatique » et de ses « bons sondages », plus qu'à la ligne de son parti, ou à ses résultats, voilà qui laisse perplexe.

Fort de ses bons sondages, Manuel Valls lance sa tournée anti-FN

☞ Réactions (8)

Le ministre de l'Intérieur se rend mardi à Forbach (Moselle), ville où le vice-président du FN, Florian Philippot, est candidat aux municipales.

Autrement dit, les bons sondages sont là pour cautionner de nobles combats (notamment contre l'extrême droite); en cas de tendances défavorables, mieux vaudrait s'abstenir? Aussi répandue soit-elle dans le monde politique, rien n'oblige les grands médias à endosser cette vision du combat politique assez consternante. Mais sans doute sont-ils trop heureux d'infléchir le cours des choses politiques en relayant ces sondages ineptes. En ramenant des combats politiques nécessaires à de simples questions de « taux d'opinions favorables », ils dépolitisent, dégradent et aseptisent des enjeux de fond. Mais plus ces sondages se diffusent et plus ces médias sont visibles. Dès lors, comment empêcher qu'ils (en) usent et abusent?

À SONDAGE OISEUX, INTERPRÉTATION BIAISÉE... ET RÉVERSIBLE

Si ces études disent quelque chose, c'est donc davantage sur les pratiques médiatiques et leurs effets que sur le ministre lui-même ou sa politique. Car sondage après sondage naît une sympathie (ou une antipathie) auprès des Français qui sera par nature fragile et changeante. Les chiffres de deux études suffisent à s'en convaincre: ils ont été repris *ad nauseam* et illustrent parfaitement la fabrication d'une popularité en un rien de temps.

Si l'on veut faire parler les chiffres, on peut choisir de retenir qu'« une très large majorité de Français – 71 % – a une bonne opinion de Manuel Valls », que, fin juillet, « Les sondés sont 47 % à considérer que Manuel Valls ferait “un bon premier ministre” » ou encore que 76 % le créditent de « convictions profondes ». Tout indique donc que c'est un ministre « populaire ».

Si l'on se donne la peine de lire l'intégralité des chiffres fournis, néanmoins, on peut en faire une lecture tout autre, qui ne serait pas moins « scientifique ». Ainsi pourrait-on souligner que près d'un Français sur deux juge sa politique « sans impact », que 49 % ne considèrent pas qu'il ferait un bon premier ministre, que pour 54 %, il joue « trop perso », et que « seuls 30 % des sondés jugent l'ancien député-maire d'Évry “capable de sortir le pays de la crise”. » Cela aussi fait partie des enseignements à tirer. L'image du ministre s'en trouverait un peu changée.

Au-delà du caractère biaisé et hautement contestable de ces enquêtes pour évaluer le travail d'une figure publique, resurgit invariablement un problème plus grand encore: se diffuse en effet lentement mais sûrement l'idée selon laquelle le pouvoir est, au fond, essentiellement affaire de bons pourcentages et d'opinions positives. À force de traiter la question politique sous cet angle, ce déluge de chiffres – artificiel à tous points de vue – la vide de son contenu. Quoi de mieux pour dépolitiser les débats qu'une bonne salve de sondages?

VALLS, PREMIER MINISTRE...

La construction médiatique d'un Premier ministre potentiel est une figure imposée de cette frénésie sondagière. Pour l'illustrer, nous avons l'embarras du choix. Mais cette « une » du JDD datée du 28 juillet, qui mêle vedettariat des puissants et politique-fiction – dont les grands médias sont si friands – est emblématique:



Peut-être est-ce d'abord le résultat de ce sondage Ifop/JDD de juillet 2013 intitulé « *Le regard des Français sur Manuel Valls* » qui interpelle; étant parfaitement réversible, pourquoi ne pas imaginer en « une »: « *Un Français sur deux ne le voit pas à Matignon* »? Cela n'est pas moins vrai, mais c'est probablement nettement moins vendeur...

En outre, la valeur performative (recherchée) de l'énoncé est frappante: si la moitié des Français le voit à Matignon, s'il incarne « La relève », alors ce qui n'est que pure hypothèse voire projection farfelue au départ a toutes les chances de se concrétiser. Preuve supplémentaire, s'il en était besoin, que l'opinion, ça se travaille...

Et l'accumulation des chiffres et de leurs commentaires plus ou moins avisés, comme dans l'article du JDD ci-dessous paru le 5 octobre, ne peut qu'accréditer un peu plus l'hypothèse initiale. En procédant de la sorte, qu'on le veuille ou non, les médias influencent manifestement le jeu politique, quand ils n'en tirent pas les ficelles.

Pour 61% des Français, Valls ferait un bon Premier ministre



L'image de Manuel Valls n'a pas été impactée par la polémique entourant ses propos sur les Roms. Selon un sondage...

Le 3 novembre, le JDD est plus catégorique encore: après avoir titré « *Hollande, condamné au changement* », il ajoute « *le Président consulte et planche sur la réorganisation de son dispositif. Comment échapper à la nomination de Manuel* ».

Valls, le plus populaire de ses ministres, à Matignon? »
Comment y échapper, en effet...?

Comme si se prêter avec entrain au jeu du remaniement et faire de Manuel Valls le futur locataire de Matignon manquaient encore d'audace, les médias voient plus loin et plus haut. Compte tenu de l'état du pays et de ses problèmes, pourquoi ne pas songer à la prochaine présidentielle dès maintenant?

...OU (VICE-)PRÉSIDENT

Car pour les grands médias, toujours avides de débats brûlants, c'est entendu: le ministre de l'Intérieur actuel est un rival de François Hollande... dans la perspective de 2017. Ici encore, la mécanique est bien huilée: sous prétexte d'une omniprésence médiatique et de sondages porteurs, Manuel Valls est dépeint comme « l'homme fort du gouvernement », au-dessus et au-delà du Premier ministre. Il n'en faut pas plus pour se pencher – toutes affaires (politiques et sociales) cessantes – sur la prochaine élection présidentielle et préparer l'opinion au combat des chefs. Si en plus, ça peut stimuler les ventes...

Certes nous ne sommes qu'en 2013, certes Manuel Valls n'est pour l'heure qu'un ministre parmi d'autres, certes il n'a pas annoncé officiellement une quelconque candidature. Aux yeux des médias, pourtant, il n'est jamais trop tôt pour tirer les enseignements de ces derniers mois... et pour faire des plans sur la comète!

Le Nouvel Observateur, témoin avisé, s'appuie sur un sondage Harris Interactive du 24 octobre pour en faire le « *candidat de gauche favori des Français pour 2017* ». Mais pourquoi en rester là? « *Manuel Valls écrase ses concurrents potentiels auprès de l'ensemble de l'électorat pour la prochaine élection présidentielle. Il est le candidat préféré de 33 % des sondés, 9 % citant François Hollande et 8 % Martine Aubry. Résultat tout aussi éloquent: 54 % des personnes interrogées estiment que Manuel Valls serait élu face à un candidat de droite en 2017, alors qu'elles ne sont que 20 % à le penser si la candidate était Martine Aubry et 16 % seulement si c'était François Hollande.* » De là à en faire le favori tout court de la prochaine présidentielle, voire notre prochain président, il n'y a qu'un pas...

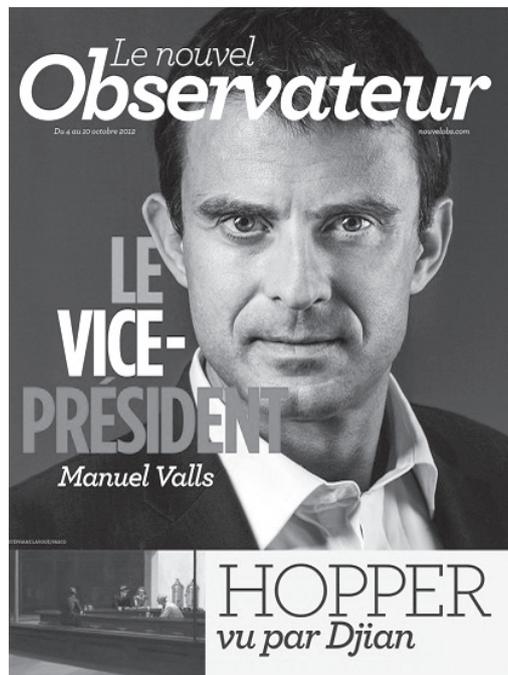
Pour convaincre de l'existence (médiatique) de cette concurrence au sommet de l'État, les journaux ne ménagent pas leurs efforts. Le 31 octobre, par exemple, la dialectique

du JDD est limpide: « *Sondage: Valls toujours plus haut, Hollande encore plus bas* ». Au *Monde* [1], c'est la notion « *d'écho médiatique* » qui est présentée comme l'étalon ultime de l'action politique, le quotidien vespéral suggérant en creux que ce sont bien les médias qui font et défont les réputations. Car la rivalité annoncée, mise en scène et entretenue par les médias justifie *a priori* ou *a posteriori* autant les « unes » tapageuses que les sondages prophétiques. Et comme pour le Front national [2], la circulation circulaire des sondages et la (sur)interprétation des résultats, les médias s'échinant à y lire l'avenir politique, ont des conséquences désastreuses. Cette surenchère de la quasi-totalité du microcosme médiatique, qui a notamment pour effet d'imposer les questions et les personnages qui s'imposent, outre de sombrer dans un jeu de politique-fiction grotesque, a aussi et surtout pour effet de reléguer au second plan des questions et des enquêtes sociales certes moins vendeuses mais non moins légitimes.



Sur le terrain, Valls fait de l'ombre à Hollande

Le chef de l'Etat et le ministre de l'intérieur étaient simultanément en déplacement, mardi, sur des terrains assez similaires. Mais le second a suscité davantage d'écho médiatique.



En accaparant l'attention médiatique jusqu'à la caricature, les questions de places, de postes et de positions prennent inmanquablement le pas sur les véritables enjeux et problèmes politiques et sociaux, ce qui *in fine* ne peut qu'augmenter l'audience du populisme en général et de l'extrême droite en particulier... que les médias ne cessent de déplorer! Il faut donc le souligner: les mêmes qui dépolitisent le débat s'étonnent de la montée du FN. Étonnant, non?

ESQUISSE D'UNE AUTO-ANALYSE DU SYSTÈME MÉDIATIQUE?

Deux journalistes du *Monde*, Alexis Delcambre et Philippe Euzen, dans un article daté du 9 octobre, semblent toutefois témoigner d'une forme de recul

sur leur sujet plutôt inhabituelle. À travers la genèse du « phénomène Valls », c'est la spirale infernale par laquelle la médiatisation entraîne et entretient la médiatisation qui nous est contée:

« *Le ministre de l'Intérieur emprunte une "méthode éprouvée", poursuit Hervé Béroud, en référence à celle de Nicolas Sarkozy. "Il se rend très souvent sur des terrains d'actualité (à Marseille quand il y a un meurtre, ou plus récemment dans la bijouterie parisienne dévalisée...)* où il a

tendance à être présent rapidement". Mais la raison la plus importante, explique-t-il, tient à la popularité du ministre de l'Intérieur: "C'est l'homme marquant du gouvernement, le plus populaire. [...] Il est de plus en plus difficile de ne pas le suivre." Manuel Valls se situe très souvent dans le top 5 des ministres les plus médiatiques. "Le bruit médiatique qu'il crée est régulièrement très élevé, analyse Sonia Metché, directrice des études du pôle information de Kantar Media, un institut d'analyse des médias. En septembre, nous l'avons mesuré deux fois en tête des ministres (contre une fois pour M^{me} Taubira et une fois pour M. Peillon). L'une d'entre elle étant la journée où il a parlé des Roms. Cette fois-là, il était très loin devant les autres ministres. Nous avons évalué que chaque Français avait alors été exposé en moyenne dix fois à ses messages." Pourtant, son déplacement du 8 octobre, bien qu'il ait été davantage couvert que celui de François Hollande, n'a pas eu un impact médiatique aussi important que ses précédentes sorties. "Aucun de ces deux événements n'a été fortement mis en avant, explique la directrice de la rédaction de RTL. Nos journaux du matin ont ouvert sur le plan social d'Alcatel-Lucent et la cigarette électronique." "L'impact médiatique d'un événement dépend des autres événements qui arrivent simultanément dans l'actualité", analyse Sonia Metché. Le déplacement de François Hollande est celui qui a le plus pâti de la concurrence des autres actualités... Dont la sortie de Manuel Valls. »

Reprenons: Les sondages publiés par les médias indiquent que le ministre de l'Intérieur est très populaire. Il est donc naturel d'en parler, et d'en parler beaucoup puisqu'il est populaire. Il devient même « difficile de ne pas le suivre. » Assez logiquement, s'il est très suivi par les médias, cela crée beaucoup de « bruit médiatique ». Donc les Français en entendent beaucoup parler. C'est pourquoi il figure « dans le top 5 des ministres les plus médiatiques », voire devant tous les autres. Donc il faut plus que jamais en parler. La boucle est bouclée.

Cet extrait a au moins le mérite d'une certaine lucidité qui frise par moments l'auto-analyse des pratiques médiatiques. Mais il ne semble jamais en remettre en cause le principe ni l'existence. Mieux, cette médiatisation, pour rester sans temps mort, parvient même à se nourrir des temps morts de la médiatisation.

UN SILENCE ASSOURDISSANT

Il est en effet des périodes moins fastes pour le pouvoir et les journalistes, où le ministre se fait moins visible, où les médias se font moins présents. Alors qu'on serait en droit d'attendre que d'autres sujets importants soient traités, il n'en est rien: plutôt que le silence médiatique, c'est la bruyante absence du ministre qui résonne... et qui donne une occasion supplémentaire de s'inquiéter de son sort tout en noircissant du papier!

Le *Figaro*, soucieux, titre le 7 novembre « Le silence surprenant de Manuel Valls », glosé comme suit: « Le ministre de l'Intérieur n'a pas dit un mot depuis quinze jours. Pourquoi fuit-il les micros? » En effet, compte tenu de l'avidité de l'un à se montrer et à parler et des autres à rapporter et faire parler, deux semaines sans déclaration tapageuse du ministre s'apparentent à une désertion: on fait alors passer Valls l'omniprésent pour Valls l'exilé.

« Mais pourquoi donc Manuel Valls a-t-il décidé de passer sous le radar? », se demande *Le Figaro*. « Le ministre de l'Intérieur n'a accordé aucune interview, répondu à aucune question dans la presse depuis quinze jours, et cela commence à se voir. » Et de conclure: « Après avoir joué avec talent le rôle d'un Nicolas Sarkozy de gauche [sic], Manuel Valls a donc décidé de faire une pause... » Heureusement, *Le Figaro* fait tout pour mettre un terme à ce mutisme insoutenable.

Le quotidien de Dassault n'est pourtant pas le seul alchimiste capable de générer du bruit médiatique à partir de silence politique. *Le Parisien*, lui aussi toujours à la pointe de l'actualité politique la plus brûlante, sera à

son tour perturbé par « l'étonnante discrétion de Valls ».

Parce qu'elle sous-informe sur la politique conduite ou préconisée (qu'il n'entre pas dans notre propos d'analyser et d'évaluer), la médiatisation de Manuel Valls est un « cas d'école »... Elle est un symptôme supplémentaire de ces « vérités sondagières » tirées à tort et à travers par les grands médias qui, ne cherchant bien souvent qu'à réaliser « un coup » éditorial et si possible commercial, n'éclairent en rien leurs lecteurs sur le fond.

Pis: par des projections répétées, plus ou moins hasardeuses, (« Valls au sommet », « Valls personnalité politique préférée des Français », « le ministre de l'Intérieur est la première personne que les Français souhaitent voir jouer un rôle important » dans les mois à venir », etc.), les sondages de popularité et leurs commentaires contribuent à faire et défaire les réputations, et, partant, à faire et défaire l'opinion.

Les fabricants de sondages proclament que leurs produits ne constituent pas des pronostics, mais ceux-ci alimentent toutes les spéculations sur un avenir que, la crédulité des responsables politiques aidant, ils peuvent contribuer à faire advenir.

Résumant trop souvent la politique à une pure question d'images et de sondages, ils assèchent les débats, même – et surtout – les plus brûlants, occultant par là même nombre d'autres questions (notamment sociales) dignes d'intérêt. Si l'industrie sondagière et le type de journalisme politique qui a partie liée avec elle ont incontestablement un avenir radieux, leurs pratiques ne peuvent que nourrir le désenchantement et la dépolitisation du monde, en particulier politique.

[1] Article paru le 9 octobre, intitulé « Sur le terrain, Valls fait de l'ombre à Hollande ».

[2] Lire, dans *Médiacritique(s)* n° 10, « Progression du FN? Des sondages en guise d'enquêtes ».

« LA THÉORIE DU COMLOT », ARME DE DESTRUCTION MASSIVE

La dénonciation des partisans de LA « théorie du complot » est devenue dans l'espace médiatique une arme de destruction massive de toute discussion rationnelle. Le principe en est assez simple: loin de se borner à débusquer des interprétations abusives ou délirantes, il s'agit de les amalgamer et de leur amalgamer tout ce qui, de près ou de loin, mais surtout de loin, a l'heur de vous déplaire.

Que circulent DES « théories du complot », faisant dériver la marche du monde de l'action occulte d'une poignée d'individus organisés en vue de dominer les peuples, c'est l'évidence. Du Protocole des sages de Sion [1] aux délires concernant les « illuminati », en passant par l'obsession médiatique qui entoure la franc-maçonnerie [2], ces « théories » ne sont pas nouvelles et peuvent contribuer, derrière un discours apparemment critique, à évacuer toute explication par l'organisation capitaliste de la société, par les rapports de domination qui lui sont associés, et par des politiques qui, n'ayant rien d'occulte, concourent au maintien de l'ordre des choses.

Il existe, il a toujours bel et bien existé « des complots » et « des comploteurs », des sociétés secrètes et, plus banalement encore, des lobbies et des groupes de pression qui cherchent, aujourd'hui comme hier, de manière plus ou moins cachée, à peser notamment sur les prises de décision politiques. De là à conclure que le monde est entièrement gouverné par des forces occultes et des « comploteurs » qui tireraient les ficelles et que tout s'expliquerait par là, c'est indéniablement basculer dans le conspirationnisme, qui, sous cette forme, est moins une « théorie » qu'une vision de la société et de l'histoire qui méritant d'être critiquée, c'est-à-dire d'abord analysée et comprise.

Mais sa dénonciation médiatique consiste à en faire une « théorie » unique qui présenterait à la rigueur des variétés et des degrés divers: une théorie fourre-tout, qui amalgame tous les « théoriciens » du complot – que le complot soit avéré, purement imaginaire, prétendu, supposé ou simplement envisagé, et que ces « théoriciens » défendent ou non explicitement cette « théorie ».



De quoi s'agit-il en fait? De donner une apparence savante à une dénonciation qui englobe dans une même vision du monde de pseudo-explications par des complots imaginaires et des tentatives d'explications par des causes (qui sont parfois des conspirations) bien réelles. La dénonciation des premières permet, à peu de frais, de se débarrasser des secondes.

Vous menez une recherche sur le lobby militaro-industriel américain qui cherche par des moyens discrets à peser sur les prises de décisions politiques, et l'on peut vous accuser de voir des complots partout; vous enquêtez sur le fait de savoir qui a fait couler le Rainbow Warrior ou quel fut le rôle de la CIA dans la chute d'Allende au Chili, et vous êtes censé être obsédé par les actions des services secrets qui comploteraient contre la démocratie; vous suivez l'épistémologie de Gaston Bachelard selon laquelle « il n'y a de science que du caché », et vous êtes là encore atteint par ce qui finalement serait moins une théorie qu'une sorte de maladie. En réalité, « la théorie du complot » telle que la conçoivent quelques pseudo-savants et les journalistes qui les suivent n'existe que dans la tête de ceux qui la dénoncent.

Tout et n'importe quoi peut se voir ainsi rangé sous cette dénomination, et il en est de même de la pseudo-psychiatrie du « délire » étendue à des explications de toute nature. Au point que les pourfendeurs de cette version de la théorie du complot finissent par prêter leurs propres élucubrations et leur propre imagination à ce qu'ils dénoncent, un peu à la manière de ces présidents de ligues de moralité qui conjurent et pourchassent leurs propres « perversions », à travers celles, souvent imaginaires, qu'ils ont tendance à voir un peu partout autour d'eux.

Si conclure au « complot » à chaque fois que l'on est confronté à une explication insuffisante revient, en effet, à donner libre cours à l'imagination, tout doute sur une explication ne saurait être réduit à une interprétation complotiste. En fait, cette dénonciation de LA « théorie du complot » généralise sans la moindre précaution, amalgame des assertions ou des élucubrations de nature très différente et mélange des faits qui ne relèvent pas de logiques identiques. Mais surtout elle caricature et ridiculise des représentations sociales que l'on se plaît en général à dénoncer en bloc plutôt que de les expliquer. La raison en est simple : « la » théorie du complot, construite ainsi de bric et de broc – une théorie délirante pour demeurés, pour individus menteurs, stupides ou paranoïaques, et, réellement ou potentiellement, antisémites (puisque les Juifs sont souvent dénoncés comme des comploteurs) – est une arme médiatique redoutable, qui peut atteindre, sans autre argument que la calomnie péremptoire, n'importe quel adversaire et de le rejeter à peu de frais dans l'enfer des « extrémismes ».

À ce jeu, la traque et la critique du conspirationnisme menacent de se confondre avec une dénonciation... de la conspiration des conspirationnistes. Mais surtout, elles mettent en scène un clivage binaire entre des individus qui sauraient ce qu'il en est de l'exercice du pouvoir dans nos sociétés – journalistes, experts, savants, etc. – et d'autres qui, abusés par les « théories du complot », seraient nécessairement dépourvus de toute compréhension un tant soit peu rationnelle du monde qui les entoure.

Le rapport que nombre de médias entretiennent avec « la théorie du complot » est en définitive purement instrumental. Il suffit pour s'en convaincre de constater que, tandis que certains journalistes dénoncent, à tort ou à raison, des élucubrations complotistes, d'autres – et parfois les mêmes – participent à ces « marronniers » des news magazine sur « les francs-maçons » ou « les dessous de... », dont le contenu est tellement superficiel qu'il encourage les visions purement manipulatrices de la vie sociale et politique.

Si l'accusation peut revenir en permanence, c'est que la théorie de « la théorie du complot » remplit des fonctions sociales et idéologiques relativement puissantes, et cela d'autant mieux qu'il ne s'agit pas d'une véritable théorie, c'est-à-dire d'un ensemble de propositions cohérentes, discriminantes et discutables. Vaste fourre-tout attrape-tout qui fonctionne par association de mots, elle mélange tous les genres : journalistiques et scientifiques, théoriques et polémiques, militants et politiques. C'est sans doute pourquoi elle plaît tant dans l'espace médiatique...

... Particulièrement quand il s'agit de répliquer à la critique des médias, du moins telle que nous la pratiquons.

[1] Célèbre « faux », antisémite, dont la paternité incombe à la police politique tsariste, l'Okhrana, au début du siècle dernier.

[2] Voir sur notre site « Les obsessions maçonniques de L'Express » et « Les obsessions maçonniques des hebdomadaires ».

Chômage : la vérité est ailleurs

C'est le Huffington Post qui l'annonce, dans un article daté du 29 novembre 2013 : « Chômage : les théories du complot fourmillent, la vérité est ailleurs ». Le début de l'article confirme son titre : « *L'annonce surprise de bons chiffres du chômage ce jeudi 29 novembre a été presque immédiatement suivie par une flambée de théories du complot en tous genres, alimentées par une opposition visiblement prise de court.* » Passons sur les « bons chiffres ». Et examinons en quoi consistent ces « théories » et ces « flambées », découvertes par un journaliste d'investigation d'un genre nouveau : « *Sur le fond, ces théories du complot s'appuient sur deux constats. Premièrement, cette baisse serait "artificielle" puisque obtenue grâce aux emplois aidés mis en place par le gouvernement Ayrault. Deuxièmement, derrière la baisse de 20 500 chômeurs de catégorie A (sans aucun emploi) se dissimulerait une "explosion" des chômeurs précaires de catégorie B et C (ayant repris une activité partielle).* »

Des arguments peut-être discutables, mais qui ne sont en rien conspirationnistes. Et si l'on est en droit de penser que la présentation des chiffres par le gouvernement dissimule et instrumentalise, l'affirmer ne relève d'aucune théorie du complot. Mais l'enquête va nous en apprendre plus : « *Si cette réaction des complotistes anonymes qui hantent les réseaux sociaux n'a rien d'étonnant, elle est en revanche plus surprenante lorsqu'elle est reprise sans nuance par les responsables de l'opposition.* » Mais au risque de passer pour d'horribles suppôts des responsables politiques mentionnés, on a beau parcourir les cinq ou six tweets que l'enquêteur a recueillis ainsi que les déclarations de Marine Le Pen et de Jean-Luc Mélenchon qu'il mentionne, pas de conspirationnisme à l'horizon. Il n'empêche, notre enquêteur s'interroge : « *Alors complot ou pas complot ?* »... Ou comment fermer la voie à toute discussion rationnelle, en convoquant un épouvantail.

NOTRE CRITIQUE DES MÉDIAS? « COMPLICITÉ », ÉVIDEMMENT !

Aux fabricants de complots imaginaires répondent trop souvent des pourfendeurs de complotistes imaginaires. La critique salutaire des premiers est instrumentalisée par la bêtise intéressée des seconds. Et la critique des médias telle que nous la pratiquons fait l'objet de la sollicitude particulière de quelques créatifs, en mal d'amalgames et de falsifications.

I. DES « ARGUMENTS » DE PROPAGANDE

Trois exemples :

Tel militant engagé...

Engagé dans la critique-critique de la critique des médias, Philippe Corcuff s'est employé, avec son discernement coutumier, à détecter le « *conspirationnisme* » ou la « *tonalité conspirationniste* » de l'ouvrage de Noam Chomsky et Edward Hermann, *La Fabrication du consentement*, grâce à un recueil d'une quinzaine de citations détournées de leur sens (quand elles ne sont pas coupées) pour leur faire dire le contraire de ce qu'elles affirment et de ce que montre un ouvrage de 600 pages ainsi réduit en bouillie [1].

Le même Corcuff s'emploie un peu partout à dénoncer notre simplisme conspirationniste. Une seule citation suffira : Philippe Corcuff découvre que notre « *vision des médias* » serait « *fondée sur "la manipulation" consciente et dans les coulisses, par quelques individus en "connivence" et en "réseaux"* ». Et notre contrôleur d'ajouter : « *Elle n'utilise pas en général les mots "complot" ou "conspiration", mais recourt à un vocabulaire et à des constructions de phrases qui en suggèrent le sens* [2]. »

Peu importe si nous n'utilisons **jamais** (et non pas « en général ») « *les mots "complot" ou "conspiration"* » ni le « *terme de manipulation* » quand elle n'est pas manifestement intentionnelle ! Notre « *vision* » serait ainsi une vision complotiste « *fondée* », non sur nos arguments, mais sur ce que « *suggèrent* »... la grammaire et le vocabulaire ! Plus précisément ? C'est tout ? C'est tout...

Telle sociologue...

Nathalie Heinich surenchérit dans un opuscule intitulé... *Le bêtisier du sociologue* : « *Bon, d'accord, les sociologues-du-soupçon déploient un peu plus de subtilité dans leur entêtement à ne-surtout-pas-croire-ce-qu'on-leur-dit. Encore que: la diabolisation des médias est devenue le cheval de bataille d'un certain nombre d'entre eux, qui se sont fait une spécialité de traquer toutes les vilénies commises par ces ennemis de classe*

que sont les journalistes, "nouveaux chiens de garde" à la solde du "pouvoir", comme chacun sait. Il existe même sur Internet un site spécialement dédié à cette revigorante activité: on y prend le contre-pied du rapport naïf à l'information, qui y voit le miroir du monde, en décryptant le fonctionnement des médias selon une grille exclusive: "ils" nous mentent, "ils" nous manipulent. Entre le reflet fidèle du miroir et l'opacité absolue de l'écran, il doit bien y avoir quelques degrés intermédiaires... Mais cela, c'est juste le réel; et le réel, n'est-ce pas, c'est tellement moins excitant que le fantasme du complot! »

Quel est ce site ? On se le demande... Peut-être, après tout, s'agit-il du site d'« Arrêt sur images »... Sur le site d'Acrimed, en effet, on chercherait en vain la moindre phrase accusant les journalistes d'être des « *ennemis de classe* » qui seraient « *à la solde* » du pouvoir et la moindre « *grille exclusive* » accusant les journalistes de « *mensonges* » délibérés et de « *manipulations* » intentionnelles. Nul doute qu'en se relisant, Nathalie Heinich – grande prêtresse de la « *neutralité axiologique* » (l'absence de jugement de valeur) dans les travaux sociologiques et de l'austère rigueur que requiert la science –, trouvera dans sa fougueuse diatribe de l'eau à son moulin : une contribution neutre et élégante, précise et argumentée... à la bêtise la plus bête qui soit.

Une bêtise qu'Emmanuel Lemieux (à ne pas confondre avec le sociologue Cyril Lemieux, son frère) s'est chargé de vulgariser en ces termes dans la revue *Sciences humaines*, en janvier 2010, sous un titre croquignolet :

« *Nathalie Heinich, croqueuse de bêtises* » : « *Le goût des généralités [...] le politiquement correct, le refus a priori de considérer la neutralité comme une visée légitime, et la pauvreté des arguments à l'appui de ce refus, constituent autant de machines intellectuelles à cracher du bubble-gum sociologique. Bêtise forte: celle qui fait passer du doute scientifique à l'esprit de soupçon, si ce n'est de complot. Exemple: "La*



diabolisation des médias est devenue le cheval de bataille” d’un certain nombre de Torquemada sociologues, à l’instar des universitaires réunis dans l’Acrimed. “Le réel est tellement moins excitant que le fantasme du complot!” »

Rappelons à tous ceux qui ne bénéficieraient pas de l’érudition d’Emmanuel Lemieux que Tomás de Torquemada fut le premier Grand Inquisiteur de l’Inquisition espagnole, connu notamment pour son rôle dans la persécution des Juifs d’Espagne. Ainsi, c’est la Science qui vous l’enseigne: Acrimed est un repaire de conspirationnistes débiles. Pas encore antisémites, mais cela ne saurait tarder! Bourdieu lui-même d’ailleurs...

Tel journaliste...

Jean Quatremer, piqué au vif parce qu’un article lui reproche de présenter comme une vérité avérée une thèse controversée sur la directive Bolkestein de libéralisation des services, réagit en publiant sur son blog un article intitulé « Théorie du complot »: une accusation qui ne repose sur aucun autre argument que sa proclamation, ramassée en une seule phrase: « *Si j’ai bien compris le raisonnement à peine sous-jacent, il y aurait là un complot “libéral” – le mot est devenu une insulte équivalente à ce que fut “fasciste” en son temps [...]* »

Passons sur la gaminerie qui consiste à présenter comme une insulte ce qui n’est généralement qu’un simple diagnostic. En quoi soutenir ouvertement qu’il existe une interprétation libérale d’une directive libérale (au sens économique du qualificatif) est-il un « raisonnement à peine sous-jacent »? Mais surtout en quoi ce raisonnement qui n’est en rien

Le mot complot apparaît une fois dans l’ouvrage de référence des complotistes que serait *Les Nouveaux Chiens de garde* de Serge Halimi. Dans le passage suivant (Raisons d’agir, 1995, p. 32): « **Noam Chomsky ne cesse de le répéter: l’analyse du dévoiement médiatique n’exige, dans les pays occidentaux, aucun recours à la théorie du complot.** »

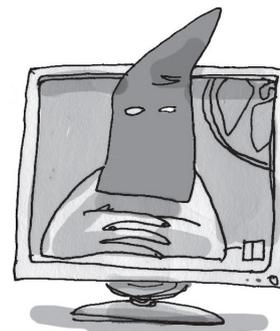
sous-jacent relève-t-il d’une « théorie du complot »? En rien. La baliverne destinée à stigmatiser sans le moindre argument a pour unique fonction d’interdire toute critique des médias qui n’aurait pas reçu l’aval des détecteurs de raisonnements sous-jacents qui courent après leur ombre et chassent des fantômes: peut-être les fantômes qui les hantent.

II. UNE RHÉTORIQUE IRRÉFUTABLE

À quoi servirait-il de répéter à satiété que nous ne sommes pas complotistes et de renvoyer à la totalité des articles que nous avons publiés? À rien. Comment pourrions-nous répondre à des affirmations péremptoires qu’aucun argument ne vient étayer ou à des arguments qui n’en sont pas, tant il est vrai que la rhétorique dont usent et abusent nos fabricants de complotisme imaginaire, consiste à traduire, dans un vocabulaire et un argumentaire qui ne sont pas les nôtres, des analyses qui ne sont jamais mentionnées. De telles recettes peuvent permettre de faire mijoter dans la grande marmite des complotismes imaginaires tout et n’importe quoi, à n’importe quel propos.

Or, selon nous, les pressions (et censures) politiques et économiques seraient totalement inefficaces si les rapports de forces institutionnels ne les favoriseraient pas: ce sont eux que nous cherchons d’abord à mettre en évidence. La corruption quand elle existe – et elle existe... – est d’abord structurelle. Les journalistes, quand ils sont « manipulés » – mais dès lors cet adjectif ne convient plus et c’est pourquoi nous ne l’employons jamais –, le sont avant tout par les logiques sociales qui sont à l’œuvre dans le microcosme médiatique, et notamment par la concurrence interne entre supports et par les contraintes objectives de la production de l’information. Il reste que ces processus objectifs s’incarnent dans des personnes, et même des personnalités.

Reste à savoir quelles sont les fins poursuivies ou les fonctions remplies par ces procès ridicules, alors que nous ne cessons de nous opposer à toute



conception réductrice et obsessionnellement manipulatrice des médias.

Le procès en conspirationnisme, fondé au mieux sur de vagues impressions et de maigres citations, fonctionne comme un véritable opérateur de dénégation du social. Les journalistes, du moins la minorité qui occupe le sommet de la hiérarchie professionnelle et dont la tête ou la signature est connue et reconnue, cultivent une revendication d’indépendance dont dépend le crédit qu’il conviendrait d’accorder à ce qu’ils disent: ils sont censés dire et écrire librement ce qu’ils pensent, sans préjugés ni esprit partisan et ne servir que la vérité et la démocratie. Mais cette revendication n’est pour une large part qu’une croyance: une croyance que menace de défaire brutalement toute critique des médias qui, s’appuyant sur les méthodes des sciences sociales, leur rappelle que, comme tout individu, les journalistes sont socialement conditionnés, que le sentiment de liberté qu’ils éprouvent effectivement réside en grande partie dans le fait qu’ils sont les bonnes personnes à la bonne place dans un ensemble social très vaste et très complexe. C’est pourquoi, placer sous le titre de « théorie du complot » une sociologie (imaginaire) des médias, qui ferait des journalistes de simples marionnettes des puissants, offre un repoussoir commode à toute tentative d’objectivation qui se propose de mettre méthodiquement en relation position sociale, propriétés sociales et prise de position, sans se taire sur les personnes et les faits qui les illustrent.

[1] Lire sur notre site, la réponse de Gilbert Achcar: « Corcuff et la “théorie du complot” »; et sur le site de L’Homme moderne, l’article de Serge Halimi et d’Arnaud Rindel: « La conspiration – Quand les journalistes (et leurs favoris) falsifient l’analyse critique des médias ».

LE COMLOT DES COMLOTISTES

(par Pierre-André Taguieff, savant)

Auteur, en 2005 et 2006 de deux ouvrages consacrés au conspirationnisme, Pierre-André Taguieff, directeur de recherche au CNRS, est reçu en décembre 2009 dans l'émission « Les nouveaux chemins de la connaissance », animée sur France Culture par Raphaël Enthoven et consacrée ce jour-là à « la théorie du complot ». Mais, au fil des propos, le démontage – fondé – des complots imaginaires se mue en critique englobante qui, par amalgames successifs, s'attaque à toutes les tentatives d'investigation qui ne s'en tiennent pas aux faits immédiatement visibles.

EDWY PLENEL? COMLOTISTE!

Comme les complots ne se fomentent pas, par définition, au grand jour, ce sont les journalistes d'investigation ou de révélation qui, au cours de l'émission, sont pris dans les filets de la théorie de la « théorie du complot ». Et parmi ces journalistes, Edwy Plenel: bien que le travail de ce dernier soit loin d'être au-dessus de tout critique, il ne nous serait jamais venu à l'esprit de l'accuser de « complotisme ». Seul un expert en sociologie, consacré sur France Culture par un professeur de philosophie, pouvait le faire. Raphaël Enthoven: « *Est-ce qu'un journaliste comme Edwy Plenel qui considère que son travail de journaliste consiste, à partir de quelques pièces de puzzle dont il dispose, à reconstituer le puzzle, est-ce que cette ambition-là, ce travail, cette conception qu'un certain nombre de journalistes se font de leur propre métier relève [...] de la théorie du complot?* »

On ne voit pas en quoi le travail d'investigation des journalistes relèverait d'une quelconque « théorie du complot »: ils font leur travail de journalistes qui consiste, non pas à proposer une théorie du monde social, mais à produire de l'information et à enquêter notamment sur des « affaires » bien réelles que certains tentent de dissimuler. Mais tout peut entrer dans la « théorie du complot » comme le montre le « spécialiste » qui, loin de refuser l'amalgame, répond: « *C'est le modèle paléontologique appliqué dans un domaine qui est mi-policier mi-journalistique. Il y a un modèle policier du travail journalistique, notamment chez certains journalistes d'investigation. Edwy Plenel fait partie d'une immense famille... Ce point de vue qu'on trouve dans le gauchisme culturel aujourd'hui qui consiste à s'intéresser aux zones d'ombre. L'expression d'ailleurs est fameuse et utilisée par lui. Ce sont des gens qui s'intéressent aux zones d'ombre, zones d'ombre, souterrain, crypte, caveau, nuit, tout cela c'est le complot. C'est l'imaginaire du complot.*

Le complot évidemment ne se fait jamais au grand jour. On fomenté des complots dans les caves et les zones d'ombre. Et donc il y a une espèce... »

Ainsi, selon Taguieff, tout serait transparent et au grand jour; rien ne serait caché et donc prétendre révéler d'hypothétiques secrets fait des journalistes des « théoriciens du complot ». On espère qu'il existe encore quelques journalistes d'investigation à France Culture qui ne se laisseront pas dissuader de faire leur travail. Et on espère également, en dépit de ce qui suit, que France Culture accueillera encore quelques sociologues soucieux de mettre au jour des relations qui ne sautent pas aux yeux.

PIERRE BOURDIEU? COMLOTISTE!

Sans transition, en effet, après avoir réglé leur compte aux journalistes d'investigation, P.-A. Taguieff – tout naturellement... – s'en prend au sociologue Pierre Bourdieu qui ferait partie de « l'espèce » des « complotistes »: « *Et donc il y a une espèce... Comme dans la sociologie d'ailleurs de Bourdieu [...]. Sa sociologie est une traduction plus ou moins jargonnante, en tout cas académique d'une certaine théorie du complot [...]* »

À l'appui de sa démonstration, notre directeur de recherche au CNRS mentionne, en passant, un pamphlet – *Le bêtisier du sociologue* – de sa collègue Nathalie Heinich, qui prend effectivement à partie le « complotisme » de Pierre Bourdieu, coupable à ses yeux d'avoir parlé d'un « gouvernement mondial invisible », dans un texte intitulée « La main invisible des puissants ». Pour saisir l'ineptie de l'accusation de « complotisme », il suffit de lire ce texte [1].

Mais, comme on peut le lire sur le site « Conspiracy Watch » sous le titre « Pierre Bourdieu et le "gouvernement mondial

invisible" », pour Nathalie Heinich, suivie sur ce point par l'inévitable Philippe Corcuff, il s'agit « seulement » d'un « moment d'égarement » : l'expression, dit-elle, avec toute l'élégance qui sied à une grande sociologue, d'« une grosse faiblesse, à la fois intellectuelle et psychique ». Taguieff, en revanche, décrète que c'est toute l'œuvre du sociologue qui relèverait d'« une certaine théorie du complot ».

Bourdieu, « conspirationniste », ne serait-il pas en outre, potentiellement ou réellement, aussi antisémite ? Et s'il est antisémite, cela n'expliquerait-il pas qu'il soit un adepte de la « théorie du complot » ? C'est Raphaël Enthoven qui propose ce rapprochement en posant une question faussement naïve : « Vous iriez jusqu'à dire, comme Jean-Claude Milner sur les ondes de France Culture [2] que Les Héritiers de Bourdieu c'est un livre sur les Juifs ? » P.-A. Taguieff : « Non ça je... **on peut soutenir cette thèse, mais ce n'est pas la mienne. Non moi je vois simplement la sociologie de Bourdieu comme une sociologie s'intéressant aux stratégies liées à des réseaux qui complotent. Je pense que le modèle, le paradigme de**

la pensée de Bourdieu est un modèle conspirationniste. »

Ainsi, accuser Pierre Bourdieu d'antisémitisme serait une « thèse » qui « peut se soutenir », bien que Taguieff se borne à réaffirmer « simplement » que la sociologie de Bourdieu repose sur « un paradigme » : façon pseudo-savante de désigner un modèle sous-jacent, complotiste évidemment. Et puisque le « complot juif » dénoncé par les antisémites est l'exemple même de la « théorie du complot »...

PARANOÏAS ?

Raphaël Enthoven, peut-être frappé par l'obsession dénonciatrice de son interlocuteur, lui tend la perche pour qu'il s'en défende : « Mais je vous pose la question, enfin je me fais l'interprète de ceux qui se la posent en vous écoutant, est-ce que vous ne faites pas vous-même le même travail, c'est-à-dire de sociologue du complotisme ? Est-ce que, en pointant des liens, des réseaux, des accointances, des homologues, des structures, des isomorphismes entre différents discours, est-ce que vous ne tombez pas vous-même sous le coup du reproche que vous formulez

à l'attention des complotistes ? En somme, est-ce que vous ne seriez pas... est-ce que... que répondez-vous à ceux qui considèrent que vous voyez des paranoïaques partout et qu'en somme il y aurait une paranoïa propre à la détestation de la paranoïa ? »

Paranoïa de la « traque » contre paranoïa du « complot » ? Inutile de recourir à un vocabulaire psychiatrique (dont il serait prudent d'être économe) pour observer, du bord du ring, ce combat de poids lourds des cours de récréation. Il suffit de s'en tenir à ce constat : la traque d'une « théorie du complot », souvent aussi imaginaire que les « complots » eux-mêmes, fait partie de l'arsenal ordinaire qui permet, de tous côtés, d'esquiver les mises en question de causes bien réelles et d'acteurs qui contribuent à leur efficacité.

[1] Texte reproduit dans *Contre-feux 2*, Raisons d'agir éditions, 2001, p. 43-55.

[2] Allusion à la charge indécente et diffamatoire de Jean-Claude Milner, en janvier 2007, chez Finkelkraut ; lire sur notre site « Nouvelle insanité contre Pierre Bourdieu » et « Droit de réponse et droit de répandre ».

François Bayrou ? Complotiste !

Les hommes politiques peuvent, eux aussi, faire l'objet d'un procès en « complotisme ». François Bayrou dénonce-t-il, au cours de la campagne de l'élection présidentielle de 2007, la place prépondérante accordée à deux autres candidats ? *Le Monde* l'accuse d'avoir eu recours à « la vieille thèse du "complot médiatique" » (« "Ségo-Sarko", complot médiatique ? », 10 septembre 2006). Et quand les intellectuels médiatiques se mêlent de l'élection présidentielle, le niveau monte !

La scène se passe dans le petit théâtre de Guillaume Durand (« Esprit libres », France 2, 2 mars 2007). Alain Minc, sarkozyste révolté, s'insurge dans son style limpide de grand essayiste contre la complaisance dont TF1 aurait fait preuve vis-à-vis de Ségolène Royal et de François Bayrou, en suggérant sans le dire, tout en le disant, que les « panels » de téléspectateurs de l'émission « J'ai une question à vous poser » auraient été « truqués » pour les avantager. Et il enchaîne sur un mensonge éhonté que conforte un grand penseur, expert en balivernes.

— Alain Minc : « J'ai pas dit "truqués". Je m'interroge. Et quant à François Bayrou qui parlait du complot médiatique... »

Bayrou n'a rien dit de tel. Mais qu'importe ! Quelques répliques plus loin, notre imperturbable faussaire poursuit :

— Alain Minc : « Penser qu'il y a un complot de quelques personnes qui font bouillir des marmites pour faire un vote au profit... »

— Guillaume Durand : « Mais vous-même... Attendez ! Vous-même... »

— Bernard-Henri Lévy : « Ça s'appelle le complotisme... »

— Guillaume Durand : « D'accord... »

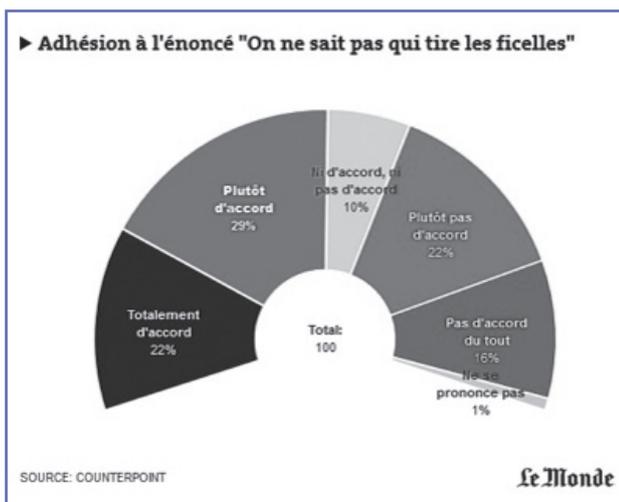
— Bernard-Henri Lévy : « Ça s'appelle le complotisme et c'est une des vilaines maladies partagées, une maladie, une vérole commune à la gauche et à la droite. Le complotisme. »

Face à la « vérole » complotiste, les sentinelles médiatiques veillent – contre toute critique des médias, qu'elle soit « centriste » ou radicale. C'est le moins que l'on puisse attendre de grands intellectuels protégés par les médias qu'ils protègent.

TRAQUE DU CONSPIRATIONNISME À COUPS DE SONDAGE

Dans un article paru sur son site le 3 mai 2013, *Le Monde* prétendait lire dans le marc d'un sondage – pardon, d'une « étude », dont le journal se gargarise d'avoir « la primeur » – que (c'est le titre) « La moitié des Français croient aux théories du complot ». Or, à y regarder de plus près, ce qui permet au *Monde* de formuler cette audacieuse affirmation, c'est que la moitié de ses sondés sont unanimes: « on ne sait pas qui tire les ficelles ».

Voilà donc le principal résultat de ce sondage, et cela donne le « camembert suivant »



QUAND LA RÉPONSE EST DANS LA QUESTION

Pour parvenir à une telle « découverte », les concepteurs du sondage se sont contentés d'agrèger l'ensemble des réponses positives à l'énoncé complet suivant: « En réalité, ce n'est pas le gouvernement qui dirige le pays, on ne sait pas qui tire les ficelles. » Cette façon de poser les problèmes – cette imposition de problématique – est proprement stupéfiante, puisque la réponse est largement comprise dans l'alternative qu'il propose: parce que les sondés doivent se prononcer simultanément sur deux affirmations (« En réalité ce n'est pas le gouvernement qui dirige le pays » et « On ne sait pas qui tire les ficelles »), et parce que ces deux affirmations sont hétérogènes: on peut, du moins logiquement, affirmer que ce n'est pas le gouvernement qui dirige le pays et prétendre savoir qui le dirige ou (pour reprendre, mais provisoirement, l'énoncé) « qui tire les ficelles ». Conséquence amusante: on peut parfaitement n'être « pas du tout d'accord » avec l'énoncé du sondage, et « tout à fait » complotiste. Et inversement.

On notera par ailleurs qu'existent des versions conspirationnistes de la thèse selon laquelle c'est bien le gouvernement qui « tirerait les ficelles », en décidant de tout et de manière occulte, dans le dos des citoyens ordinaires. Plus encore, on peut se demander si les théoriciens les plus classiques du pouvoir – de Max Weber à Pierre Bourdieu en passant par Michel Foucault ou Charles Wright Mills – ne pourraient pas, selon cette merveilleuse logique, être considérés comme des « adeptes des théories conspirationnistes », puisque leur travail a consisté précisément à proposer une compréhension théorique de l'exercice du pouvoir dans les sociétés modernes, et à contester du même coup le fait que cet exercice se ramènerait au simple « gouvernement qui gouverne ».

De même, la plupart des travaux menés depuis plusieurs décennies en science politique, notamment en sociologie de l'action publique [1], ont cherché à mettre en évidence la multiplicité des réseaux d'acteurs impliqués dans l'action publique, en contestant une approche « top-down » (de haut en bas, du gouvernement vers les citoyens, de l'État vers la société civile) qui ramène les politiques publiques à la simple mise en œuvre d'orientations décidées – souverainement, publiquement et solitairement – par les gouvernements en place. Conspirationnistes eux aussi ?

CONSPIRATIONNISME ET JOURNALISME

Sans doute les explications spontanées les plus répandues ne sont-elles pas les théories sociologiques les plus fines. Et il est vraisemblable – mais ce n'est pas ce sondage ou un quelconque sondage d'opinion qui permettrait de l'établir – que les représentations prépondérantes puissent, dans tous les cas où des facteurs peu visibles ou invisibles sont effectivement à l'œuvre, les expliquer par des manipulations intentionnelles. Mais rien n'est plus méprisable que de le mépriser, ou pire de le condamner sans le comprendre et sans expliquer autrement ce qui mérite de l'être. Ce pourrait même être l'un des rôles des journalistes, surtout quand ils se présentent comme des « pédagogues » (lire p.26-27).

Or, le journaliste du *Monde* prétend bien que ce sondage permettrait de « savoir qui sont les adeptes des théories conspirationnistes et quels groupes sont soupçonnés de manœuvrer en coulisse pour dominer un secteur, voire le monde entier ». Prétention journalistique pour le moins contestable, puisque le sondage en question n'autorise guère à affirmer autre chose que la proposition suivante: la moitié des sondés ne s'estiment pas compétents pour déterminer qui exerce le pouvoir, et/ou conteste que cet exercice se réduise au seul gouvernement.

ET AINSI DE SUITE...

La suite du sondage et de l'article est à l'avenant, puisqu'au mépris de toute rigueur méthodologique voilà qu'est demandé aux sondés de se prononcer sur la question suivante: « parmi les groupes suivants, lesquels contrôlent selon vous la France en coulisse? ». C'est là postuler implicitement que l'un (ou plusieurs) des groupes proposés (« finance internationale », « grandes chaînes de TV ou presse écrite », « autres pays qui cherchent à nous dominer », « groupes secrets comme les Francs-maçons », « certains groupes religieux ») « contrôlent » effectivement la France « en coulisse ».

L'image des « coulisses » pour désigner ce qui n'est pas immédiatement ou entièrement visible suggère elle-même que des acteurs « tirent des ficelles » en secret. Si l'on ajoute qu'on leur attribue d'emblée le pou-



voir de « contrôler », le compte est bon: la réponse est induite dans l'énoncé même de la question, et l'on obtient sans peine ce que l'on souhaite recueillir.

En effet, toute enquête produisant un effet d'autorité sur l'enquêté et la tendance à répondre à la question, même si celle-ci lui paraît caricaturale voire dénuée de sens, il n'y a pas lieu de s'étonner que les enquêtés aient cherché à désigner le groupe qui leur semblait le plus à même d'influer sur le cours de la société française, à savoir la « finance internationale ». Là encore, notre journaliste du *Monde* fait montre d'une précaution confondante dans l'interprétation des « résultats » puisqu'emporté dans son élan pseudo-critique, il affirme: « les trois quarts des sondés estiment que c'est la finance internationale qui dirige le monde ».

Outre le fait que la question ne portait que sur la France (et non sur « le monde »), à pousser jusqu'au bout cette logique, il faudra bien affirmer que l'actuel Président de la République est lui-même un « adepte des théories conspirationnistes », lui

Tout est dans tout et « tout ramène aux Juifs »

Le 13 avril 2004, Arte diffusait une émission de et présentée par Daniel Leconte, intitulée « Tous manipulés? »: deux documentaires à charge, suivis d'un débat à sens unique. Un festival d'amalgames, du Protocole des Sages de Sion à la thèse du « complot du grand capital » prêté à Lutte ouvrière, en passant par Thierry Meyssan et la *World Company* dont s'amusait l'émission « Les Guignols de l'Info » (lire sur notre site « Arte et la théorie du complot », en deux articles). De l'extrême gauche à l'extrême droite, « le principe est le même », proclame l'un des documentaires. Quel principe?

- Daniel Leconte: « Justement, vous disiez sur le vieux fond d'antisémitisme qu'il y a évidemment dans les théories du complot, parce qu'il y a toujours... »
- Philippe Val: « Tout ramène aux Juifs »
- Daniel Leconte: « ... l'anti-américanisme, et puis il y a l'antisémitisme. »
- Philippe Val: « Même Lady Di, ça ramène aux Juifs. Tout ramène aux Juifs. »

C.Q.F.D.

qui déclarait en plein meeting de sa campagne présidentielle, le 22 janvier 2012: « Mon véritable adversaire n'a pas de nom, pas de visage, pas de parti, il ne présentera jamais sa candidature, et pourtant il gouverne [...], c'est le monde de la finance »? D'ailleurs, personne n'avait alors songé à le contredire sur ce point, les uns (à sa droite) dénonçant une attaque contre un secteur jugé utile à la société, les autres (à sa gauche) contestant que Hollande ait véritablement la volonté de mener des politiques permettant de mettre au pas la finance.

Il est en effet difficile de nier le fait que la finance exerce un pouvoir réel sur les politiques économiques menées et une influence notable sur le devenir des sociétés contemporaines. Nier ce pouvoir et minimiser cette influence, c'est pourtant une des extrémités irrationnelles auquel conduit ce sondage, laissant entendre que 75 % des Français auraient succombé aux « théories du complot ».

[1] Il suffit de consulter *Sociologie de l'action publique*, de P. Lascoumes et P. Le Galès (Armand Colin, 2007): un manuel qui n'a rien d'hérétique et présente l'état des recherches en ce domaine.

BILDERBERG: CET INCONNU POURCHASSÉ PAR DES COMLOTISTES

Mi-cénacle mondain, mi-cercle de réflexion, le groupe Bilderberg ne gouverne certes pas le monde mais, depuis 1954, il réunit annuellement une centaine de participants appartenant à l'élite économique, politique et... médiatique internationale, dans un secret absolu qui peut nourrir toutes sortes de spéculations. Et si rien ne permet d'établir que des décisions stratégiques concertées y sont prises, son existence même matérialise celle d'un réseau et d'un pouvoir d'influence en marge des institutions dominantes et à leur service [1].

Qu'ils ignorent jusqu'à son existence, ou qu'ils y aient personnellement participé, le fait même d'évoquer ce groupe Bilderberg et d'interroger sa raison d'être suffit à déclencher l'ire des médiocrates et à se voir accuser de « complotisme ». Comme si les mœurs des élites devaient par définition rester en dehors des radars médiatiques et hors de toute réflexion informée et rationnelle.

EXPERTS EN IGNORANCE

Le 4 mars 2008, dans « C dans l'air », Yves Calvi proposait à ses invités, Jean-François Kahn, ex-directeur de *Marianne*, Nicole Bacharan, professeur à Sciences Po, historienne et politologue franco-américaine, Gérard Chaliand, spécialiste des problèmes géopolitiques et stratégiques, et Jacques Rupnik, directeur de recherches à Sciences Po, de plancher sur la question suivante: « Qui gouverne le monde? » - une question si mal posée, au passage, qu'elle accreditte l'existence d'individus ou de groupes dirigeant effectivement la planète. Un sous-entendu imprégné de conspirationnisme, savoureux à la lecture de ce qui suit...

Dans la dernière partie de l'émission, Yves Calvi pose aux invités les questions des téléspectateurs, et lit ce SMS, en ponctuant sa lecture d'un aveu: « "Que savez-vous de l'organisation mondiale Bilderberg" - moi je n'en avais jamais entendu parler - "qui réunit chaque année

les personnages les plus influents du monde?" Vous connaissez ça vous? » Réponses des experts:

- Jean-François Kahn: « Non. »
- Autre voix d'homme: « Non. »
- Nicole Bacharan: Rires
- Yves Calvi: « Bah voilà, bide en direct, Bilderberg... »
- Jean-François Kahn: « Je connais Davos, je connais la Tricontinentale [sic, Kahn voulait sans doute dire « la Trilatérale »], je connais Davos, mais je ne connais pas... »
- Nicole Bacharan: « En tout cas je ne connais pas du tout cette organisation donc je n'ai rien... »

Ignorance proprement stupéfiante, venant de spécialistes des questions internationales. Yves Calvi, aussi perspicace que méfiant, a bien senti le piège: « C'est peut-être une invention d'un téléspectateur qui nous teste. » Sourire complice de Nicole Bacharan: « Peut-être qu'il voulait

vérifier que... » Et révélation de Gérard Chaliand: « Je me méfie beaucoup de ces organisations mondiales qui dans l'ombre se réunissent et distribuent en quelque sorte les dividendes et les rôles: c'est une vision de complot de l'Histoire. » La conclusion, sans



complexe, d'Yves Calvi, est à la mesure de sa démesure: « *Vous êtes peut-être en train de répondre très habilement à une fausse question, ce qui est alors pour le coup, d'une grande intelligence. Enfin ça m'arrange.* »

Cette façon de clore la discussion en rabattant la question de l'existence et de l'activité du groupe Bilderberg sur « une vision de complot de l'histoire » arrange en effet doublement Yves Calvi – et ses experts de pacotille, mis dans l'impossibilité de répondre à une question pourtant fort simple. Elle leur permet d'abord de ne pas s'attarder sur de profondes failles dans leurs prétendues compétences [2]. Elle leur permet surtout d'éviter de discuter de l'existence bien réelle de ces cénacles internationaux – même s'ils ne connaissaient pas Bilderberg, ils auraient pu dire quelques mots du forum de Davos ou de la commission Trilatérale que Jean-François Kahn cite approximativement.

Car s'il n'y a nulle conjuration ou conspiration dans ces réunions plus ou moins confidentielles des riches et des puissants, on peut au moins s'interroger sur les tendances oligarchiques qu'elles manifestent au sein d'« élites mondialisées » qui préfèrent deviser du sort de la planète entre elles, dans des cercles cooptés, plutôt que dans l'arène et les institutions publiques, sous contrôle démocratique. Une question d'autant plus gênante qu'elle est aussi valable au niveau national – avec notamment le club du Siècle qui rassemble dans ses dîners mensuels hauts fonctionnaires, chefs d'entreprises, hommes politiques et représentants du monde de l'édition et des médias de premier plan.

Alors plutôt que d'analyser les collusions et les connivences entre le monde des affaires, le monde politique et le système médiatique, et de poser la question de leur compatibilité avec le bon fonctionnement de la démocratie, il est bien plus commode de l'évacuer en la (dis)qualifiant d'emblée de « complotiste ». Quitte à nourrir les suspicions... des amateurs de complot!



C'est d'ailleurs la même stratégie qu'adopte Christine Ockrent, avec en prime une bonne dose de dédain et de suffisance, et tout en s'évertuant à ne pas répondre, quand elle est interrogée sur sa participation au groupe Bilderberg.

UNE JOURNALISTE À BILDERBERG? HARO SUR LES COMPLICITÉS!

Invitée de l'émission animée par Laurent Ruquier, « On n'est pas couché » (France 2), le 2 février 2013, Christine Ockrent se voyait interviewée par Natacha Polony. Celle-ci demande fort légitimement à l'ex « reine » du 20h, ce que des journalistes, tenus au secret dès lors qu'ils acceptent de participer aux discussions, peuvent bien aller faire dans cette sauterie de grande classe. Quand un homme ou une femme journaliste participe aux cercles du pouvoir fermés, ce n'est pas pour informer puisque cela leur est explicitement interdit. Alors pourquoi?

Après d'innombrables contorsions, accompagnées de force grimaces qui trahissent un embarras certain, la reine Christine ne tardera pas à s'en remettre à l'argument massue, renvoyant Natacha Polony à un prétendu conspirationnisme.

- Natacha Polony: « *Puisque nous parlons de vision du journalisme, on peut par exemple vous interroger sur le cercle Bilderberg. Auquel vous avez participé trois fois. Qui est un cercle fondé par David Rockefeller en 1954...* »
- Christine Ockrent (ironique): « *Aaah, quelle horreur!* »

- Natacha Polony: « *...qui est un cercle qui réunit des gens de pouvoir, de la finance...* »
- Christine Ockrent: « *Mais, quelle horreur!* »
- Natacha Polony: « *...des chefs d'État. Non, pas quelle horreur. Simplement, je m'interroge...* »
- Christine Ockrent: « *Maiiii, c'est épouvantable qu'un journaliste aille s'informer!* » (rires du public) [...]
- Natacha Polony: « *Je peux juste terminer ma question. [...] voilà: Est-ce que réellement, il est nécessaire d'aller dans ce genre de cercle pour s'informer ou est-ce que ce n'est pas participer à des cercles de pouvoir?* »
- Christine Ockrent: « *Je crois que vous avez... avec tout le respect que j'ai pour votre parcours professionnel une vision un peu conspirationniste des choses. Il*



existe un certain nombre de clubs de réflexion, souvent anglo-saxons. Parce que c'est une tradition plus anglo-saxonne que française. Et ce qu'on appelle le Bilderberg a été créé, je crois, il y a une quarantaine d'années aux Pays-Bas. Ce sont des gens qui se réunissent une à deux fois par an. Vous avez des membres permanents et vous avez pour la France... heu... quelqu'un qui est en l'occurrence... heu... un grand assureur... heu... qui décide d'inviter deux ou trois personnes pour participer au Bilderberg de telle ou telle année. Il y a très souvent des journalistes. Et même parfois, ça c'est très rare UNE journaliste et des confrères éminents... y sont allés! Quel est l'intérêt de ce genre de réunion? C'est que... vous côtoyez

des gens... C'est comme Davos: vous côtoyez des gens que vous ne pouvez pas approcher autrement. Vous entendez des experts auxquels vous n'avez pas accès autrement. Et donc vous enrichissez vos connaissances! Ça n'a rien... ce n'est pas un complot. »

— Natacha Polony: « Ce n'est pas une question de complot. »

— Christine Ockrent: « Ce n'est pas le complot du capitalisme libéral pour gouverner le monde parce qu'ils sont tous méchaaants. »

Et elle agite au même moment ses mains autour de son visage, pour souligner par cette gesticulation grotesque à quel point le sont aussi ceux qui osent s'interroger sur le groupe Bilderberg. Tous complotistes, bien sûr.

[1] Lire par exemple Michel Gama, *Rencontres au sommet*, L'Altiplano, 2007, qui présente le groupe Bilderberg et la commission Trilatérale.

[2] Si le groupe Bilderberg n'est pas connu du grand public, des spécialistes de l'international, réunis autour du thème « Qui gouverne le monde? » auraient pu au moins en connaître l'existence. On compte 1 960 000 références au Bilderberg sur google.fr, une trentaine d'articles y faisant référence dans la presse française en 2007... et au moins trois références au groupe de Bilderberg dans *Marianne* du temps où Jean-François Kahn en était le directeur. Mais surtout, en 2006, parmi les invités français à la conférence organisée par le groupe Bilderberg, on trouvait Richard Descoings, le directeur de l'Institut d'études politiques (Sciences Po) – donc le supérieur de Jacques Rupnik et Nicole Bacharan –, ainsi qu'Olivier Roy, chercheur au CNRS, et chercheur associé au CERI dont... Jacques Rupnik est le directeur.

Climat « malsain » chez Stéphane Bern

Avril 2006, sur France Inter, dans feu l'émission « Le Fou du roi » présentée par Stéphane Bern : une chroniqueuse, lisant le courrier des auditeurs, rapporte la question de « Frédéric » qui vient rompre le charme bon enfant des échanges désinvoltes et complaisants : « *Voilà plusieurs émissions que vous invitez des personnes polémiques traitant de sujets épineux. Dernier exemple en date, M. Giesbert pour son livre sur notre président. Est-ce le rôle d'une émission de divertissement de traiter de sujets lourds sur un ton plaisantin?* » Et alors toujours concernant le choix des invités, Frédéric conclut : « *Le choix des invités est-il vraiment libre ou y a-t-il des obligations relationnelles?*... »

— « *Aucune!* » s'exclame aussitôt Stéphane Bern, mais la chroniqueuse termine : « *... "dues aux amitiés de M. Bern et de M. Pinault, notamment?"* »

Sans doute les « obligations relationnelles » ne dépendent pas toujours des « relations personnelles ». Et celles-ci ne suffisent pas à expliquer l'existence d'un univers de connivences. Mais en évoquant des « amitiés personnelles », l'auditeur s'est livré à une intrusion impardonnable pour Stéphane Bern qui déraile alors complètement : « **Oh, ça y est, alors ça, c'est le complot, oui!** ». La chroniqueuse tente alors la diversion par l'humour (« *Vous avez des prix chez La Redoute?* »), mais Stéphane Bern tient le bon bout : « *Oui, oui, oui... c'est même un complot judéo-maçonnique, hein. Ça... les gens, les gens qui écrivent ça sont vraiment attachés à toute l'idée du complot judéo-maçonnique... heu, c'est, c'est des, des vieilles...* »

— Une chroniqueuse : « *...paranoïas super-malsaines!* »

— Stéphane Bern : « **Oui, c'est très malsain comme climat. On invite Giesbert parce que c'est un grand journaliste!** »

Résumons : Giesbert est invité chez Bern qui est l'ami de Pinault qui est le patron de Giesbert au *Point*. Peut-être ces relations personnelles n'expliquent-elles pas la présence de Giesbert dans une émission de divertissement; mais pourquoi s'emporter au point d'attribuer la question d'un auditeur à « *l'idée du complot judéo-maçonnique* », en l'accusant, en clair, d'être antisémite? Condamné, pour « théorie du complot », en comparution immédiate : voilà la punition réservée à ceux qui évoquent les connivences se nourrissant de l'appartenance au même microcosme social – une commune appartenance qui, confortée ou non par des relations personnelles, explique pourquoi, aux yeux de Stéphane Bern, Giesbert est forcément « un grand journaliste ».

DES IMPRÉCATEURS QUI SE PRENNENT POUR DES PÉDAGOGUES

Qu'il s'agisse de la vision conspirationniste globale de la société et de l'histoire ou du micro-complotisme qui se répand à l'occasion d'événements particuliers, nombreux, très nombreux sont les ouvrages de science sociale, mais aussi de journalistes qui s'attachent à les démonter, à expliquer leur invention et leur propagation. Il n'entre pas dans notre propos de les discuter ici. Mais rares, trop rares sont les enquêtes journalistiques qui, non dans des livres, mais dans les grands médias, ne se bornent pas à dénoncer des « cerveaux malades » et tentent de répondre à des arguments réputés « conspirationnistes » en s'adressant à de vastes publics qui doutent — et les explications journalistiques, quand elles existent, sont diffusées par des médias dont l'audience reste limitée [1].



LE COMLOT DES INCRÉDULES

Or, dans nombre de pays, de larges secteurs de l'opinion publique – du moins celle que les sondages prétendent refléter – avouent leur incrédulité à l'égard des explications fournies ou accréditées par les médias dominants: de l'attaque de Pearl Harbour en décembre 1941 aux attentats du 11 septembre 2001, de l'assassinat de Kennedy à la mort de Lady Di, pour ne mentionner que quelques exemples.

Cette « opinion publique » est une construction artificielle des sondages eux-mêmes, qui agrègent des réponses disparates: une opinion qui ne se manifeste guère en tant que telle en dehors de ces sondages, qui ne fournissent donc, dans l'hypothèse qui leur est la plus favorable, que des indices. Mais de quoi?

– L'incrédulité se nourrit d'abord d'une défiance généralisée à l'égard des informations diffusées par les institutions publiques et les médias eux-mêmes: une défiance à l'égard des médias, des journalistes et des informations qu'ils diffusent, une défiance dont ils font les frais, même si ces médias et ces journalistes n'en sont pas tous indifféremment responsables et, en tout cas, les seuls responsables.

– L'incrédulité repose ensuite sur le sentiment que c'est derrière les apparences qu'il convient de chercher la vérité, quitte à attribuer à des actions concertées

d'individus ou d'institutions ce qui relève de logiques sociales et politiques sans lesquelles ces actions, quand elles existent, seraient inefficaces.

11 septembre : « complot » ou « complot » ?

À la thèse d'un complot d'Al-Qaïda répondent les hypothèses, souvent présentées comme des certitudes, d'autres complots. Question : suffit-il pour réfuter ces dernières de les dénoncer pour « conspirationnisme », voire pour « négationnisme » ? Ou bien convient-il de répondre à leurs arguments ? Et de souscrire à ce qu'écrit le journaliste Mehdi Ba (*11 questions sur le 11 septembre*, Jean-Claude Gawsevitch, 2011) : « Si les théories dites "conspirationnistes" doivent être réfutées, qu'elles le soient dans des conditions permettant la confrontation d'arguments ainsi qu'un arbitrage neutre et dépassionné » ? Ce qui, on en conviendra, est rarement le cas dans l'espace médiatique proprement dit.

— L'incrédulité peut enfin trouver aussi sa source dans le souvenir de précédents fâcheux: des « machinations » en tout genre, que les médias ont très inégalement combattues quand elles existaient – quand ils ne les ont pas accréditées alors qu'elles étaient inventées. Qu'il s'agisse, donc, de « complots imaginaires »: les prétendus « massacres » de Timisoara, le prétendu « Plan Fer à cheval », prêté à Milosevic et destiné à « nettoyer » le Kosovo de sa population albanophone, la campagne d'intoxication sur l'existence d'armes de destruction massive enterrées dans le désert irakien par Saddam Hussein... Ou qu'il s'agisse de machinations bien réelles, fomentées ou soutenues par la CIA, notamment: le coup d'État en Iran en 1953, le coup d'État au Chili en 1972, le programme d'armement des Talibans en Afghanistan à partir de 1979; le financement illégal des contras nicaraguayens au cours des années 1980, etc.

LA DÉFAITE DU JOURNALISME

Que font les médias pour combattre l'incrédulité qui les frappent et qui frappent, du même coup, les informations qu'ils diffusent même quand elles sont vérifiées?

— Condamner la défiance à l'égard des grands médias sans la comprendre, répondre aux doutes, même les plus mal fondés, en assénant des certitudes, disqualifier toute critique des médias en l'assimilant à une paranoïa conspirationniste: tels sont les pires services que l'on puisse rendre au journalisme lui-même.

— Traiter l'inquiétude insatisfaite des publics à l'égard des apparences comme une ignorance coupable, lui prêter des penchants conspirationnistes assimilables à des théories et les jauger de toute la hauteur dont sont capables des pédagogues qui ne parlent qu'à eux-mêmes et méprisent le peuple qu'ils prétendent instruire:

ces postures relèvent d'une conception du journalisme dont l'arrogance égale l'impuissance.

— Passer par pertes et profits l'existence de conspirations réelles ou la diffusion de « complots imaginaires » inventés par des institutions politiques et leurs services, alors que ces exactions ou ces mensonges d'État nourrissent une suspicion légitime, c'est alimenter ce que l'on condamne: la quête de complots cachés qui sont souvent imaginaires.

Il existe bel et bien, en effet, des visions conspirationnistes globales et des micro-théories conspirationnistes. Encore convient-il d'identifier clairement et distinctement chacune de ces théories,

Alain Soral: thèse ou foutaise ?

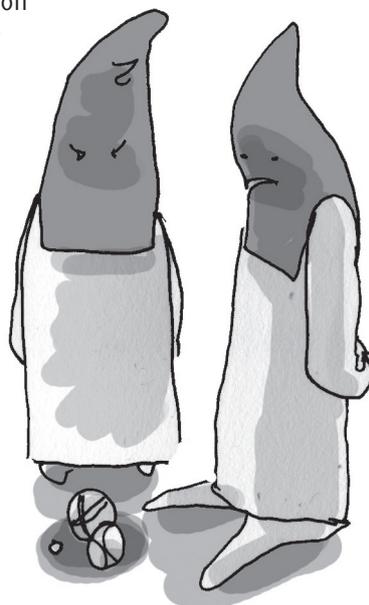
Dans une vidéo mise en ligne en décembre 2013, un grand penseur contemporain – Alain Soral – déclare: « *En fait, en France, il y a une majorité opprimée par des minorités agissantes coalisées. On voit bien d'ailleurs que les deux minorités les plus puissantes sont la communauté juive organisée et la communauté homosexuelle organisée, à laquelle Caroline Fourest appartient et qui a des accords d'allégeance et, comment dirais-je, et de réciprocité dans une espèce de partage du pouvoir symbolique et de la domination avec la communauté juive organisée.* »

Question: pour contrecarrer pareille foutaise, suffit-il de dénoncer son antisémitisme latent, son homophobie implicite, son conspirationnisme sous-jacent? Ou convient-il de lui répondre par des arguments, sinon de lui opposer une autre explication de la domination ou des dominations?

même si on peut les reconnaître à quelques traits rhétoriques relativement invariants. Quand ils existent, les « obsédés du complot » – pour reprendre une expression de Caroline Fourest [2] – le sont généralement d'un complot particulier qu'il est vain d'englober dans un « complotisme » généralisé. Aux « obsédés du complot », répondent trop souvent, dans l'espace médiatique, des « obsédés du complotisme » qui non seulement en amalgament toutes les formes, mais l'attribuent généreusement à des positions qui ne sont en rien conspirationnistes.

Or voir du conspirationnisme partout interdit aux journalistes de lui faire face quand il est avéré. Et si l'on ajoute que la détection d'un conspirationnisme sous-jacent ne suffit pas à lui répondre (comme le montre le cas d'Alain Soral), les prétendues enquêtes monolithiques sur le conspirationnisme (comme celles de Daniel Leconte flanqué de Philippe Val), consomment la défaite du journalisme d'enquête.

À ces défaites du journalisme, un seul remède: un peu moins d'imprécations et un peu plus de journalisme!



[1] On citera par exemple les quatre articles que Nicolas Chevassus-au-Louis a publiés, en août 2012, sur le site de Mediapart, sous le titre « Enquêtes sur les théories du complot », ainsi que le n° 47 de la revue *Agone*: paru en 2012 et intitulé « Théories du complot », il comprend une version modifiée d'un article publié sur notre site que nous avons autoplagié ici même.

[2] Selon le titre d'un épisode, diffusé en février 2013, de la série « Les réseaux de l'extrême » (*sic*) – et qui mériterait à lui seul une analyse détaillée.

UNE PRESSE MUSICALE DÉBOUSSOLÉE

Depuis le début des années 2000, la presse musicale papier se trouve confrontée à un double défi: se renouveler face à l'essor d'internet, support plus approprié que le papier pour faire écouter de la musique, et perdurer économiquement, malgré l'affaissement des ventes de disques, également lié à l'écoute en ligne. Cette « crise » la met aujourd'hui au pied du mur: continuer à flirter avec les annonceurs ou tenter de renouveler son contenu éditorial. C'est que face à la multiplication de canaux distribuant la musique en ligne, les mélomanes ont aujourd'hui la possibilité d'acheter une presse spécialisée pour en suivre les prescriptions... ou de vagabonder d'un clic à l'autre pour découvrir les sorties du moment en temps réel. Passage en revue des difficultés et des défis qu'elle devra affronter pour survivre.

CONNIVENCES COMMERCIALES ET RÈGNE DE LA PUBLICITÉ

Internet n'est pas l'unique épine dans le pied du journalisme musical. Sa légitimité est aussi rudement mise à l'épreuve par la défiance d'un lectorat de moins en moins crédule quant aux logiques économiques qui sous-tendent la survie des magazines. Autocensure par peur de vexer les annonceurs et soumission à un flux tendu de sorties de disques dans l'unique but de créer du contenu rapidement sont aujourd'hui au cœur de l'écriture de chroniques. Un journaliste pigiste confie, anonymement: « Il y a rarement de la place pour le défrichage et la découverte de nouveaux artistes. Ce que les rédacteurs en chef de la presse musicale veulent avant tout, c'est une couverture qui paye. C'est comme ça que l'on se retrouve souvent à chroniquer les mêmes CD que les titres concurrents... La logique, c'est d'éviter de passer à côté d'un buzz, alors dans le doute, tout le monde copie sur son voisin. »

En privé, les témoignages de journalistes musicaux décrivent souvent la même réalité: celle d'un contenu éditorial très largement soumis à la régie pub. « Si l'on part du principe que le lecteur est aussi un auditeur,

donc un consommateur, la stratégie marketing la plus désabusée va consister à lui donner à manger ce que les prescriptions des grandes maisons de disques, des effets de mode et des artistes déjà bien installés supposent. On se retrouve ainsi avec la même inlassable bouillie, prête à réchauffer, sans originalité et prise de risque, servie sans conviction dans des magazines qui ressemblent désormais davantage à des catalogues de pub qu'à des titres avec un réel contenu », regrette un autre journaliste, soucieux de garder son anonymat et de ne pas citer de noms afin de « ne pas se brouiller avec ces quelques rédactions qui [lui] permettent de mettre un peu de beurre dans [ses] épinards ». En d'autres termes, c'est ce que l'on pourrait appeler la dictature de « l'opé »: à partir du moment où un artiste est signé sur un label reconnu, son « business plan » est tracé d'avance. Zèle des communicants au service de sa réputation, disques promotionnels distribués à tout va, carnets d'adresses remplis de journalistes plutôt coopératifs: la promotion d'un artiste suit un déroulé marchand très codifié et pensé en amont par des agences de stratégie marketing. Il faut dire qu'une fois une personnalité encensée par un média influent, l'effet domino suit presque instantanément.

Le problème ne réside pas tant dans ce processus de circulation circulaire de la notoriété médiatique qui fait que l'exposition médiatique génère toujours plus... d'exposition médiatique, mais plutôt dans l'uniformité d'une couverture qui se fait souvent au profit d'artistes déjà hégémoniques – et donc au détriment de ceux qui ne risquent pas de sortir de l'anonymat si leur travail n'est jamais diffusé... Face au suivisme et à la dictature des valeurs sûres, ce sont donc les artistes inédits qui échappent au radar très sélectif de la presse musicale.

Par ailleurs, comment prétendre livrer un avis sincère et objectif sur un album que l'on juge mauvais quand la maison de disques qui le produit a acheté deux encarts publicitaires dans le même numéro? C'est là que le « compliment sandwich » intervient. Une critique négative, une critique positive, une critique négative, et on termine par une critique positive. Résultat: « On ne critique jamais totalement un disque, on nivelle ses défauts vers le haut, et on aseptise le tout. Ça permet d'avoir le beurre et l'argent du beurre: l'illusion d'une critique (pour nos lecteurs), et la garantie qu'on n'a vexé personne (pour nos annonceurs) », explique un journaliste officiant dans une revue musicale à grand tirage.

Pour D., journaliste pigiste pour la presse quotidienne régionale, il est évident qu'un article est devenu une marchandise monnayable. Alors qu'il avait pour habitude de couvrir un gros festival de sa région pour un journal local, son rédacteur en chef lui a fait comprendre : « *Ça fait plusieurs années qu'on veut faire un partenariat avec eux et que les organisateurs [du festival] refusent... donc cette année, on ne va rien faire.* » « *Pour la petite histoire, le festival préfère garder le journal concurrent comme partenaire média pour une évidente raison de diffusion [le journal concurrent couvre toute la région tandis que celui pour lequel D. travaille ne couvre qu'une ville. NDLR]. Du coup, le rédac chef boude, du coup les lecteurs n'ont plus les informations, du coup le festival perd en visibilité...* », raconte D. Plus jusqu'au-boutiste encore, il n'est pas rare que via leurs régies pub, les rédactions se voient imposer la chronique d'un artiste plutôt qu'un autre, selon la logique « un encart publicitaire égal une critique élogieuse ».

UNE CRITIQUE STANDARDISÉE ET SANS INSPIRATION

Olivier Lamm, critique musical, évoque diverses formes d'« arrangements » dans les différentes rédactions avec lesquelles il a pu travailler. « *Mais le fait est que la cooptation est un phénomène beaucoup plus complexe que celui qu'on imagine : ça va de l'échange de bons procédés entre major et magazines (une « une » contre une grosse pub) à l'échange de services amical entre médias et petit label* », précise-t-il.

Aujourd'hui, ce journaliste écrit essentiellement pour The Drone, un média uniquement présent sur internet qu'il envisage « à plusieurs vitesses » et depuis lequel il tente d'atteindre son idéal journalistique. Parmi les défis éditoriaux, il cite : « *Trouver un équilibre entre les sujets abordés sans tomber dans les écueils du trop généraliste ou du trop spécialisé, accompagner les scènes dont on se sent proches, être à l'écoute de ce qui tressaille, que ce soit à deux rues du bureau ou à l'autre bout du monde, loger tout le monde à la même enseigne – la star qu'on juge digne de pensée et de théorie ou le groupe de gamins qui débute.* »

Mais pour la majorité de la presse musicale et plus encore des rubriques musicales des grands médias, suivre scolairement le rythme des sorties des maisons de disques les plus populaires reste la pratique dominante et constitue un considérable gain de temps pour des journalistes dont le travail est organisé de façon à être le plus rentable possible. Pourquoi se fatiguer à partir à la recherche d'artistes novateurs dont la communication n'est pas rondement ficelée quand il suffit d'ouvrir les e-mails envoyés par les chargés de

relations presse et d'avoir toujours sous les yeux le calendrier de sorties des grandes maisons de disques ? Pourquoi faire le pari risqué d'ouvrir le lectorat à de nouveaux horizons quand on peut continuer à lui parler d'artistes qu'il connaît déjà ?

Pour Olivier Lamm, le problème de fond vient d'ailleurs moins du couperet de la publicité que de l'oisive apathie des journalistes. Sont en cause selon lui, « *un manque de professionnalisme, une autocensure et une mollesse étonnante de la part de journalistes souvent trop enclins à se ruer dans la facilité et les clichés [...]. Beaucoup de journalistes relaient l'existence de produits fades et éculés parce qu'ils n'y voient rien à redire* ». « *Le vrai souci des magazines qui parlent de musique en France, c'est qu'ils considèrent par avance que leurs lecteurs sont idiots et ignares* », conclut-il.

Étienne Menu est journaliste et corédacteur en chef d'*Audimat*, une revue qui entend mettre en avant « *les artistes, les périodes ou les scènes musicales à l'aune de l'histoire de la pop* », et proposer « *des articles long format sur la musique* » et « *un discours critique exigeant* ». « *En termes pratiques, les magazines musicaux ou les rubriques musique des titres généralistes doivent trouver suffisamment de marchandises musicales "valables" pour remplir leurs pages – c'est la même dynamique que la critique cinématographique ou littéraire.*

Du coup on s'emballe artificiellement sur des disques de qualité moyenne, juste pour produire du contenu, et aussi bien sûr garder de bons rapports avec les maisons de disques qui achètent des espaces publicitaires », analyse-t-il. Il poursuit : « *Il y a toujours eu trop de sorties et trop d'artistes peu talentueux. Quand par exemple on lit un numéro des Inrocks de la fin des années 90, on tombe sur des dizaines de groupes oubliés, le plus souvent pour de bonnes raisons. C'est normal, c'est le jeu, seulement ça se fait souvent au détriment de groupes plus intéressants, ou en tout cas plus libres, mais dépourvus de vrais moyens en termes de promotion et de distribution.* »

Il faut également noter que la pauvreté du vocabulaire utilisé n'aide pas à réenchanter le genre.

Ainsi, la musique pop semble condamnée à n'être plus qu'« acidulée », le dernier « hit électro » sera invariablement considéré comme « redoutablement efficace » et un morceau de rap contestataire sera forcément « poétique et engagé ». Ce lexique pseudo-érudit et stéréotypé constitué de mots-valises interchangeables mis bout à bout cache mal sa propre vacuité... Et surtout, alors que cela devrait être sa raison d'être, il échoue à retranscrire véritablement l'expérience d'écoute.

UN PUBLIC FORMATÉ PAR L'INDUSTRIE

L'alignement systématique sur l'agenda économique des sorties de disques ne nuit pas seulement à l'inspiration de la presse



spécialisée. Elle habitue également l'auditeur-lecteur à une perception de la musique comme une marchandise périssable, soumise à tous les effets de mode – au même titre qu'une chemise ou qu'un article de décoration intérieure en somme. « *Le rythme du marché peut provoquer chez les passionnés de musique une forme d'avidité permanente, une compulsion à entendre de nouveaux produits, voire simplement à entendre parler d'un futur nouveau produit. Il y a chez beaucoup de journalistes et de fans une sorte d'obsession du "ça va sortir bientôt, ça promet, on attend ça avec impatience", qui fétichise l'attente même du disque et tend à entraver le jugement critique* », constate ainsi Étienne Menu.

Dans un contexte dominant ultra marchand, à la fois en amont (chez les rédactions sommées de couvrir les sorties les plus « bankables ») et en aval (chez les consommateurs de musique toujours plus friands d'exclusivité), et alors qu'Internet permet au lectorat d'accéder à un contenu gratuit

foisonnant, on assiste à une fuite en avant commerciale de nombreux titres qui ont choisi de diversifier leurs revenus.

Ainsi, le mensuel *Tsugi* co-gère désormais la salle de concert Le Trabendo, après avoir organisé des soirées « Tsugi Superclub » au Bataclan avec l'agence de communication We Become pendant cinq ans, tandis que *Les Inrockuptibles* a modifié sa ligne éditoriale, tronquant une partie de ses pages musique au profit de celles consacrées aux « faits de société » et au « life style » – pour attirer de nouveaux annonceurs ciblant les CSP+. À coup de hors-séries et de produits dérivés, les expédients marketing ont fini par porter leurs fruits et la presse musicale continue aujourd'hui de consolider ses bases arrières... ailleurs que dans ses colonnes traditionnelles. Pour survivre, le journalisme musical est-il condamné à faire du charme à l'industrie de la musique et aux annonceurs? Peut-être pourrait-il, pour commencer, tenter de délivrer une information de (meilleure) qualité?

VIES DE PIGISTES AU LIBAN

L'actualité internationale est bien souvent le parent pauvre de l'information. Non seulement elle rebuterait les téléspectateurs qui ne connaissent guère – et pour cause... – les pays évoqués, mais surtout elle coûte cher à couvrir. L'entretien d'un réseau de correspondants permettant d'être présent dans les principales régions de la planète pour y produire une information indépendante de première main est une charge financière que les médias dominants, soumis à des exigences de rentabilité, n'acceptent plus d'assumer. Et quand l'actualité l'exige, ils recourent massivement à des pigistes vivant sur place, dépendants de l'intérêt des rédactions parisiennes pour le pays qu'ils traitent, et de ce fait, soumis à la précarité. Enquête, par l'une d'entre eux, sur ces soutiers de l'information internationale.

En juillet 2013, le témoignage de la journaliste indépendante italienne Francesca Borri sur son expérience de la couverture du conflit syrien a fait couler beaucoup d'encre dans le monde du journalisme. À Beyrouth, tous les pigistes que je connais se sont empressés de le partager sur Facebook et Twitter, en soutien et en reconnaissance de leur collègue. À quelques heures seulement de la rage et des souffrances syriennes, les

thématiques abordées par l'Italienne retentissent avec force dans le quotidien d'une poignée d'indépendants.

En débarquant à Beyrouth de Paris, le nombre de pigistes français vivant dans cette ville peut surprendre, sans compter les arrivées régulières de « temporaires », ceux qui viennent en cas d'événement spécial ou juste pour quelques mois, apprendre l'arabe et voyager tout en travaillant un peu. Au

fil du temps, j'ai appris à connaître les « permanents », ceux qui restent entre un et huit ans, et qui se donnent du mal pour vivre dans de bonnes conditions, malgré un terrain difficile et un métier de plus en plus précaire.

Le texte de Francesca Borri n'est pas tombé dans l'oreille de sourds au Liban, où les pigistes, qu'ils aillent ou non en Syrie, sont confrontés à des réalités économiques difficiles. Léa [1] témoigne:

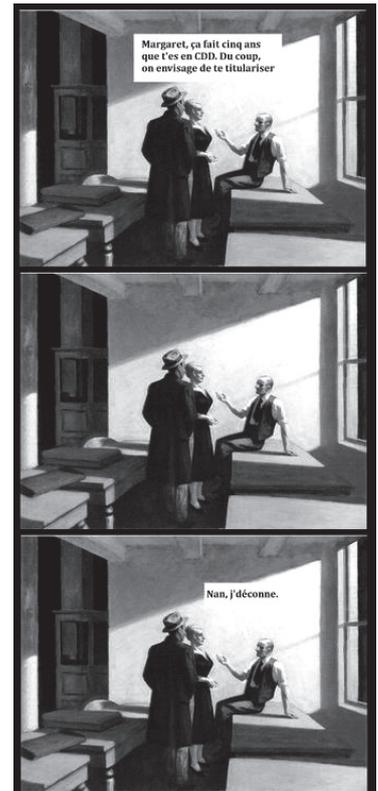
« Entre mes souvenirs d'enfance des reporters sur le terrain et la réalité aujourd'hui, je me rends compte que l'international prend de moins en moins de place dans les rédactions. En tant qu'indépendants nous n'avons pas de salaire fixe, donc nous sommes tout le temps mobilisés sur le terrain pour ne rien louper et tout comprendre, mais ce travail n'est pas rémunéré à sa juste valeur ». Julie, qui a pu se rendre à ses risques et périls en Syrie, arrive parfois à être financée pour ses reportages: « Cela dépend de ce qui a été convenu auparavant avec les médias. Parfois je rentre tout juste dans mes frais, et parfois je fais des bénéfices et cela m'encourage à continuer ». Cette dernière nuance le témoignage de la pigiste italienne: « On peut se rendre en Syrie pour une courte période, quatre jours sur le terrain à travailler jour et nuit, et être accueilli par des familles et des activistes non armés. Je pense que les conditions de travail dépendent en grande partie des zones couvertes, les risques et les coûts ne sont pas les mêmes ». Cependant, pas de traitement de faveur pour un journaliste se mettant en danger: « En général il n'y a pas de différence de prix pour les zones de guerre, on peut parfois négocier en double pige certains reportages risqués, mais cela reste rare », ajoute Julie. Face aux critiques des rédactions européennes concernant une prise de risque inutile pour être si peu payé, Karim réagit: « À ceux qui se demandent pourquoi cette journaliste va dans un pays en guerre pour gagner si peu: pour moi il s'agit davantage de documenter un conflit que de gagner de l'argent », même si « après huit ans d'études supérieures, gagner aux alentours de 1 000 euros par mois, quand je vois le temps que je passe à travailler et les risques que je prends parfois, c'est indécent ». De son côté, Léa regrette la précarité de sa position: « Nous ne faisons pas le poids. Et du fait de notre statut de pigiste nous n'avons personne pour nous défendre dans les rédactions. Il n'est pas facile de dire à son rédacteur en chef: je ne travaille plus pour vous. Tu prends le travail qu'on te donne. »

LA PRÉCARITÉ AU QUOTIDIEN

Même si le Liban reste un terrain « chaud » largement couvert par rapport à d'autres zones du monde, la

médiatisation des sujets internationaux a chuté dans les rédactions françaises depuis les années 1980. Comme l'explique le chercheur Olivier Baisnée, enseignant à Sciences Po Toulouse, « l'un des premiers signes d'une modification du traitement de l'information internationale est la baisse du nombre de correspondants à l'étranger ». Ainsi, TF1 n'a plus que cinq bureaux en dehors de Paris, à Jérusalem, Moscou, Londres, Washington et Rome; France 3 ne dispose que d'un seul correspondant à Bruxelles, tandis que France 2 maintient dix bureaux à l'étranger. Les services spécialisés, dont l'international, ont aussi tendance à disparaître des rédactions, par exemple à TF1 depuis 1996, et à France 2 depuis 2003. L'international devient un sujet comme les autres, et ce désintérêt est encouragé par la forte précarité des journalistes - 39,5 % de journalistes non-employés en CDI en 2008 contre 8,5 % en 1975. Karim s'interroge: « Le métier de correspondant à l'étranger est en voie de disparition. Seule Radio France a au Liban un correspondant permanent salarié. Tout le reste des médias français fonctionnent avec des pigistes, les rubriques internationales sont de plus en plus petites. Quel est notre avenir? »

Les salaires mensuels des pigistes au Liban varient selon le type de média pour lequel ils travaillent, la télévision étant la plus rentable. Les directs télé et radio sont des bonus pécuniaires qu'ils ne refusent pas, que ce soit des appels à 5 heures du matin ou à seulement dix minutes du passage à l'antenne. Beaucoup de ces journalistes travaillent dans le local pour s'assurer un petit salaire fixe capable de compenser les moments où les rédactions ne sont pas intéressées par l'actualité locale, à l'exemple d'Étienne: « J'ai gagné en moyenne 1 500 dollars par mois sur l'année 2013, mais cela peut aller de 700 à 3 000 dollars par mois selon l'actualité et les délais de paiements, se partageant à égalité entre presse libanaise et presse étrangère », et de Léa: « Les médias libanais m'assurent environ 900 dollars par mois puis ça fluctue en fonction de mes collaborations pour la France, pouvant aller jusqu'à plus de 1 000 euros supplémentaires en cas d'actualité. »



<http://laprecaire.tumblr.com/>

DES RAPPORTS FLUCTUANTS AVEC LES RÉDACTIONS

Quand on interroge les pigistes français au Liban, une certaine crispation apparaît entre eux et les rédactions françaises. « Dans la presse française, il n'y a parfois pas de retour pour savoir si l'article est bien arrivé. Pour n'importe quel papier commandé et non publié, il faut parfois insister pendant plusieurs mois pour être rémunéré, ou pour se faire rembourser les frais de fixeur [2]. Il y a le sentiment d'un "deux poids deux mesures" avec les envoyés spéciaux salariés qui ont des moyens nettement plus importants quand ils se déplacent au Liban », dénonce un journaliste souhaitant rester anonyme. Pour Charline, le plus frustrant est « quand une news internationale fait les gros titres et qu'on oublie ton pays pour deux ou trois mois, ou quand tu expliques qu'un événement est important et qu'on ne t'écoute pas », mais « je ne pense pas que ce soit différent d'être pigiste au Liban, aux Bahamas ou à Palavas-les-Flots, il faut comprendre et cibler ce que les rédactions cherchent et proposer en fonction ». Cette crispation est donc à nuancer, comme le décrit Pénélope: « Il y a des refus polis, des gens qui t'ignorent, des gens qui ne

veulent pas payer et qu'il faut harceler, des comptables qui t'oublient, des rédactions que ça n'intéresse pas du tout, d'autres un peu moins mais qui se moquent de savoir si tu as engagé des frais pour faire ton reportage. » « Tout dépend des gens. Mais des réponses plus régulières, même pour refuser une idée, feraient du bien au moral, histoire de savoir que l'on a tout de même été lu », ajoute-t-elle.

Un manque d'empathie est notable dans certaines rédactions parisiennes, à l'image de l'expérience de Julie : « Un de mes employeurs m'a demandé de travailler les heures qui suivaient mon retour de Syrie sans se préoccuper de mon niveau de fatigue et mon état moral. » Mais cette situation n'est toutefois pas la norme. « La plupart des rédactions pour lesquelles je travaille sont conscientes des risques. En ce moment je travaille sur un sujet dans une zone sensible du Liban, et le rédacteur en chef intéressé par le sujet comprend la situation et ne me force pas à prendre des risques et à aller plus vite que la musique », explique Léa. Au final, elle estime que « le plus difficile à gérer est le décalage qui existe entre les personnes dans les rédactions parisiennes, ce qu'elles te demandent de traiter, et la réalité. Il faut parfois faire des pirouettes pour arriver à décrire la situation telle que tu la ressens et non telle qu'on voudrait qu'elle soit ». Face à cela, Julie a choisi de rester ferme : « Certains tentent d'orienter le reportage avec leurs opinions sans attendre le retour du terrain, mais je ne m'y plie pas quand leur jugement est bien loin de la réalité et personne n'a jamais refusé mes travaux. »

Parfois, les journalistes regrettent un manque de compréhension de la part des rédactions françaises, notamment en cas de reportage en Syrie : « Je pense que dans leur grande majorité, jusqu'à ce que les kidnappings se multiplient, les rédactions n'y voyaient rien de spécial. Il m'est arrivé qu'on me commande un papier et qu'à mon retour, je découvre que le chef du magazine était parti en vacances sans prévenir personne à la rédaction que j'étais parti en Syrie », raconte Karim. À cela s'ajoute le besoin médiatique d'aller au plus

vite, sans considérer les réalités du terrain : « On m'a commandé un papier sur un sujet très dangereux avec une deadline d'une semaine ou deux. J'avais l'impression qu'on me demandait de partir aux Bahamas. Comment bien préparer son reportage, vérifier ses sources, ses contacts, puis financer, partir et écrire son reportage en si peu de temps dans un pays en guerre ? Cela témoigne moins d'un mépris que d'une méconnaissance profonde du terrain », dénonce-t-il. Le sociologue Erik Neveu parle du glissement vers un « journalisme de marché » : les aptitudes professionnelles et le rôle civique du journaliste se heurtent aux logiques commerciales qui amènent les responsables des rédactions à privilégier les sujets « faits divers » et « choc », visuellement marquants, pour gagner l'intérêt du public, et à considérer que des sujets longs et « compliqués » le feront fuir.

UN MÉTIER PRENANT MORALEMENT ET PHYSIQUEMENT

Dans ce climat de travail, les pigistes développent souvent une certaine fatigue, due notamment au rythme de travail : « Travailler comme journaliste indépendant en presse écrite permet tout juste de vivre correctement, mais sans pouvoir réaliser aucune économie ni faire aucun plan d'avenir. En télévision, l'équation est différente, le métier est mieux rémunéré, mais les places sont encore plus chères que dans la presse écrite. J'imaginais déjà ces réalités en école, mais le vivre sur la durée est parfois stressant », raconte Étienne. Et quand l'actualité s'accélère, à l'image de la série d'attentats qu'a connue le Liban en août, les journalistes doivent se mobiliser entièrement pour couvrir les événements, au détriment de leur équilibre : « Les périodes où tu travailles le plus sont aussi les périodes les plus difficiles à gérer personnellement : tu vas sur le terrain, mais tu sais aussi que ça peut affecter ta vie ici », détaille Léa. À cette fatigue physique et morale s'ajoute aussi l'émotion, à laquelle les journalistes vivant sur le long terme dans un pays ne peuvent échapper : « Les médias se concentrent sur ce qui ne va pas et tu dois essayer de rendre compte

de la situation sans exagérer, mais cela t'affecte, comme le conflit syrien, cette guerre touche des personnes qui me sont proches. Je ne peux pas regarder tout ça avec un regard froid, et ce que je dis est encore plus pesé », continue-t-elle.

La fatigue et l'émotion décrites sont encore plus appuyées chez les pigistes



<http://laprecarite.tumblr.com/>



<http://laprecaire.tumblr.com/>

couvrant les terrains dangereux, comme Julie: « Les tensions sont de plus en plus régulières et cela affecte mon moral parfois, surtout quand il s'agit de reporter des massacres, des attentats et des combats. » « Je me rends compte que cela m'affecte. Depuis mon dernier voyage en Syrie et certainement aussi à cause de la situation au Liban qui est loin d'être paradisiaque dans certains coins du pays, je fais régulièrement des rêves de bombardements et de course-poursuite. Mais dès que je me réveille, tout va bien! », s'exclame Karim. Ayant passé plusieurs années sur place, Étienne s'est habitué aux urgences sécuritaires libanaises mais « il faut gérer l'inquiétude des proches, tout en gardant un étrange sentiment mêlé d'adrénaline et de peur quand il s'agit d'aller sur un terrain dangereux. Je songe même à acheter un gilet pare-balles! Parfois aussi, le fait de faire témoigner des personnes en détresse peut affecter le moral et donner un sentiment d'impuissance ».

LA PASSION DU TERRAIN

D'un point de vue extérieur, on serait tenté de conseiller à ces journalistes de rentrer en France, mais c'est ignorer leur passion pour le terrain et pour leur métier. Tous sont venus pour des raisons différentes au Liban, que ce soit par amour, par impossibilité de vivre en

Syrie, ou juste par attachement pour le pays. « J'ai choisi de m'installer ici par pulsion, j'aime ce pays », raconte Charline, et ce malgré les difficultés, comme l'exprime Karim: « Certes je ne roule pas sur l'or, mais je découvre une nouvelle société, des parcours de vie singuliers. Je trouve que je suis chanceux d'avoir vécu autant de belles rencontres ».

Travailler à Paris n'est pas une option pour la plupart des pigistes rencontrés à Beyrouth: « Je n'ai pas envie d'avoir un boulot de JRI (journaliste reporter d'images) à Paris, car attendre cinq heures sous la pluie que DSK apparaisse pour cinq secondes d'images inutiles ne m'intéresse pas », ironise Charline. Un choix professionnel également défendu par Léa: « Le rôle de correspondant à l'étranger est primordial car tu es sur le terrain, et dans un pays au contexte politique si complexe il faut du temps pour comprendre et pour pouvoir donner des infos les plus fiables possibles », et par Pénélope: « C'est un choix réfléchi et assumé. Je n'ai pas fait ce métier pour faire des sujets neige. C'est intellectuellement passionnant et stimulant de travailler ici, et, je l'avoue, quelque peu excitant ». « Je resterai pigiste, car c'est aussi une vraie liberté. Je ne sais pas où je serai, mais sûrement au Moyen-Orient car c'est cette région que je veux couvrir. Je suis consciente des difficultés du métier, mais le statut de pigiste me permet dans une certaine mesure de choisir les sujets que je traite, et de me battre pour faire passer certaines idées », ajoute Léa.

LES RELATIONS ENTRE LES PIGISTES

La vie de pigiste est également ponctuée d'anecdotes, à l'image des récits des directs téléphoniques en sous-vêtements dans son lit, un café à la main, voire dans une supérette entre des bouteilles de shampoings et des rouleaux de papiers toilette, ou de reportages finissant en demande en mariage de la part d'un combattant interviewé. Pour partager ces histoires et se détendre après des moments stressants, les journalistes peuvent compter les uns sur les autres: « Les relations sont bonnes. Ce qui est

chouette car cela permet de se serrer les coudes, se refiler des tuyaux, boire des coups et se remonter le moral mutuellement, ce qui est indispensable vu notre situation professionnelle instable, dans un pays pas franchement stable non plus », détaille Pénélope. « J'avais entendu tellement d'histoires négatives, de compétition entre journalistes qui se faisaient des coups bas, que j'ai été plutôt très agréablement surpris. On est un petit groupe de jeunes journalistes et on s'entraide, cela m'apporte beaucoup humainement et professionnellement », renchérit Karim.

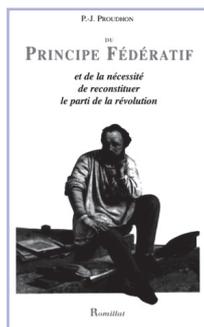
De bonnes relations, malgré la concurrence: « On est nombreux, des fois on aurait bien aimé vendre quelque chose à ce journal ou cette émission, ce que vient de faire justement notre confrère ou consœur. Il faut se rappeler que les autres ne sont pas là pour nous tirer dans les pattes, mais que l'on s'en sort mieux en demandant des coups de main », estime Pénélope. Un avis que partage Léa: « Il y a une concurrence, c'est certain, car le territoire est tout petit et la place qui lui est accordée dans les journaux, hors période de tensions, pas très importante. Mais avec les personnes que je connais vraiment, il y a une vraie solidarité: on s'échange des contacts, on se donne des conseils, parfois on va sur le terrain ensemble. » La conscience de leur précarité joue donc un rôle dans les relations qu'entretiennent les journalistes entre eux: « Il y a parfois de l'entraide entre pigistes, même si l'on travaille dans des journaux concurrents, que ce soit pour des raisons de sécurité, ou pour partager des frais de fixe », raconte Étienne. Pour lui, « il y a globalement un respect mutuel entre les pigistes français, et il est rare que les uns marchent sur les plates-bandes des autres ».

[1] Les prénoms ont été changés à la demande des personnes interviewées.

[2] À la fois interprètes, guides, intermédiaires et logisticiens, les fixeurs (francisation de l'anglais *fixer*), ou accompagnateurs, sont souvent des locaux qui facilitent, voire permettent le travail des journalistes étrangers dans les zones difficiles, comme les pays en guerre.

PROUDHON, CRITIQUE DES MÉDIAS

Il y a 150 ans, Pierre-Joseph Proudhon, écrivain militant se revendiquant de l'anarchisme, du socialisme et du mutualisme, célèbre pourfendeur de la propriété, laissait libre cours à son humeur pamphlétaire contre la presse, le journalisme, les journalistes – et leur vénalité. Des charges si violentes que la critique d'Acrimed pourrait passer pour d'amicales railleries...



« Certes, la mission de journaliste est pénible: c'est ce qui en fait l'honorabilité. L'homme qui se consacre à la manifestation de la vérité doit être prêt à tout risquer pour elle: fortune, affections, réputation, sécurité. [...] Telle n'est pas la règle de conscience de nos journalistes et il faut convenir que dans les conditions où ils sont placés, sous l'influence de préjugés qu'ils partagent, d'intérêts dont ils ont leur part, il est difficile d'obtenir cette haute indépendance, cette véracité sans tache qui sont les vertus par excellence du publiciste comme de l'historien. Leur vérité n'est jamais que relative, leur vertu une demi-vertu, leur indépendance une indépendance qui a besoin, pour se soutenir, d'une suffisante et préalable indemnité. »

« Une société se forme pour la publication d'un journal. [...] Dès lors la loi du capital devient la dominante de l'entreprise; le profit est son but, l'abonnement sa préoccupation constante. Voilà le journal, organe de la vérité, fait industrie, boutique. [...] Fidélité, à la vérité? – non, à la boutique: tel sera, bon gré mal gré, la première vertu du journaliste. »

Du principe fédératif et de la nécessité de reconstituer le parti de la révolution, 1863

« Le journalisme monopolisé tient dans sa main la politique, les affaires, la bourse, la littérature et l'art, la science, l'Église, l'État. Autant de sources de profit. [...] La société, à défaut d'une opinion libre et souveraine, reposant sur l'intrigue et l'agiotage: tel est le paradis du journalisme vénal, cultivant à la fois la servilité politique, la spéculation bancocratique, la réclamation industrielle et littéraire, l'intrigue rationaliste, le pouf philanthropique et toutes les variétés du charlatanisme. »

Les Majorats littéraires: examen d'un projet de loi ayant pour but de créer, au profit des auteurs, inventeurs et artistes, un monopole perpétuel, 1862



Adhérer
Acheter en ligne
www.acrimed.org

- >> **Je m'abonne** pour un an (soit quatre numéros) à *Médiacritique(s)* à partir du n° ...
- Tarif normal : 15 €
 - Tarif de soutien : 20 € (ou plus...)
 - Union européenne et Suisse : 25 €
 - Reste du monde : 32 €

>> **Je commande**

- Le T-shirt « La télé commande » : 15€, frais de port compris. Taille: XXL, 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'Acrimed, 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 €



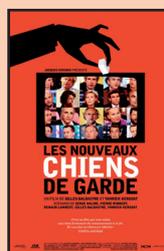
MÉDIACRITIQUE(S)

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* — n° 10: *Médias et écologie*

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.





JO DE SOTCHI : MÉDAILLE D'OR DU SEXISME POUR FRANCE TÉLÉVISIONS

« AH, ELLE A BEAUCOUP DE CHARME VALENTINA,
UN PETIT PEU COMME MONICA BELLUCCI.
PEUT-ÊTRE UN PEU MOINS DE POITRINE, MAIS BON... »



« LE COSTUME EN JETTE,
AUTANT QUE LA NANA J'ALLAIS DIRE. »

« SI ON COMMENCE À S'OCCUPER
DE SAVOIR SI LES HOMOSEXUELS,
SI LES HÉTÉROS ONT LE DROIT
DE PARTICIPER OU PAS, PFFF,
ALORS LÀ PERSONNELLEMENT...
ON VA PAS LAISSER GÂCHER LA
FÊTE DU SPORT PAR UNE FÊTE
DU STRING QUAND MÊME ! »

« EN TOUT CAS, MOI, JE CONNAIS PLUS
D'UN ANACONDA QUI AIMERAIT VENIR
L'EMBÊTER UN PETIT PEU CETTE JEUNE
CLÉOPÂTRE CANADIENNE »

« VOUS SAVEZ JE SUIS MARIÉ ET
PÈRE DE DEUX FILLES. DONC DE
DIRE QUE JE SUIS SEXISTE EST
TELLEMENT RIDICULE...

JE SUIS TOTALEMENT SOLIDAIRE
DE PHILIPPE, C'EST UN GARÇON
ABSOLUMENT ADORABLE, QUI
A SA MANIÈRE D'ÊTRE ET JE SAIS
QUE LA GRANDE MAJORITÉ DES
TÉLÉSPECTATEURS L'AIMENT.
ET PHILIPPE EST ÉGALEMENT...
ALORS LUI IL A TROIS FILLES.
DONC VOILÀ ».



« PHILIPPE CANDELORO C'EST UN PERSONNAGE
DE MICHEL AUDIARD, C'EST UN TITI PARISIEN. IL A
L'HABITUDE DE FAIRE DES PLAISANTERIES, JE CROIS
QU'IL N'Y A RIEN DE SEXISTE CHEZ LUI...
D'AILLEURS LE RESTE DU TEMPS EN-DEHORS
DES MOMENTS OÙ IL COMMENTE POUR NOUS
IL FAIT DES GALAS DE PATINAGE AVEC... EN
COUPLE AVEC DES JEUNES FEMMES... »