

MÉDIACRITIQUES

REVUE TRIMESTRIELLE
D'ACRIMED

CRISE
DU
COVID

état d'urgence médiatique

RHAAA

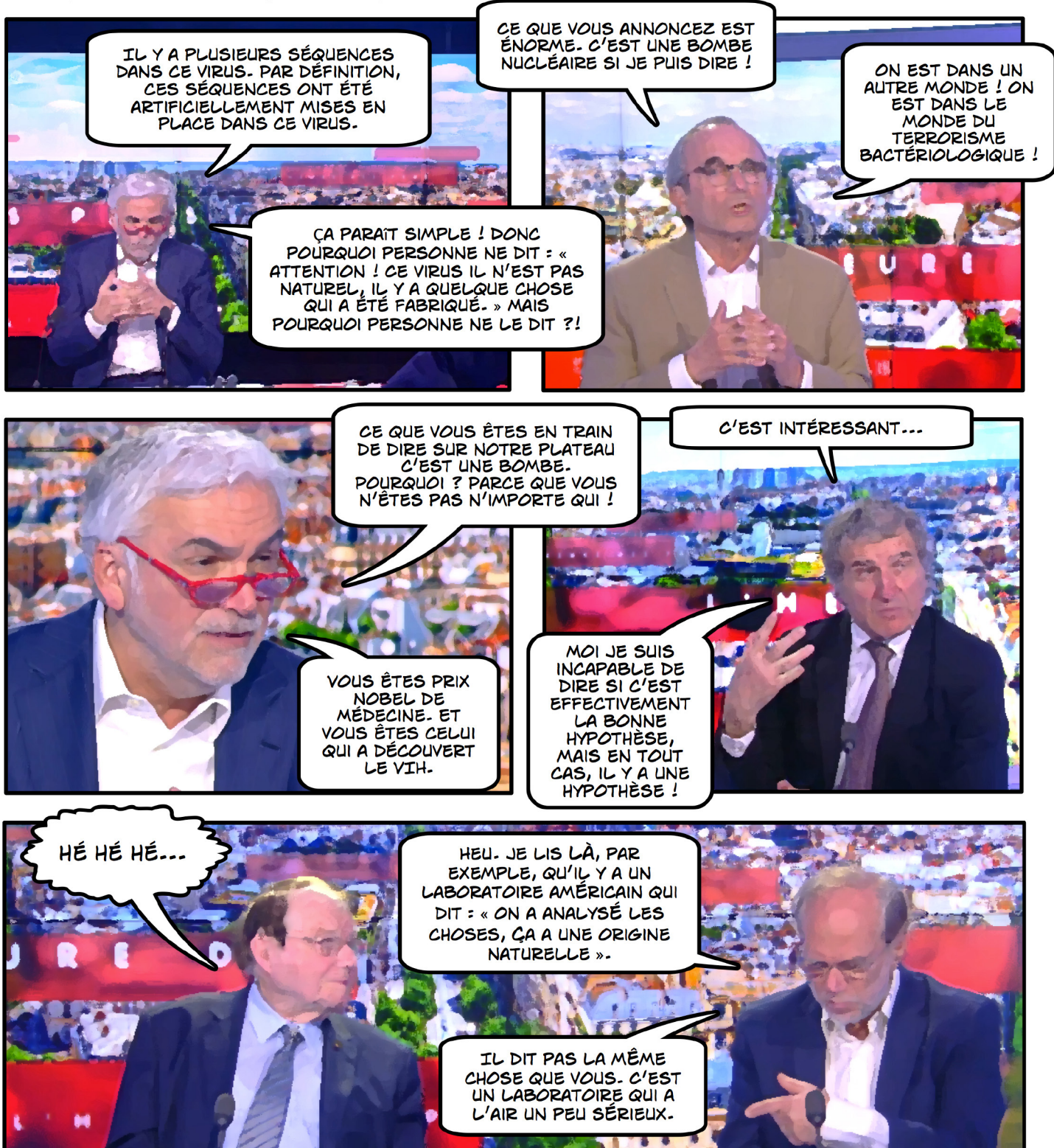
LES
CONS

ILS ONT
ENCORE,
DÉFORMÉ
MES PROPOS!



LE CIRQUE PASCAL PRAUD

« L'HEURE DES PROS », CNEWS, 17 AVRIL. PASCAL PRAUD ET SES ACOLYTES DU JOUR (LAURENT JOFFRIN, IVAN RIOUFOL ET GÉRARD LECLERC) REÇOIVENT LUC MONTAGNIER, VENU DÉFENDRE UNE THÈSE FARFELUE : LE VIRUS A ÉTÉ MANIPULÉ, DES SÉQUENCES DU VIH Y ONT ÉTÉ INTRODUITES. OU QUAND TOUT UN PLATEAU TÉLÉ PART À LA DÉRIVE...



LA RÉALITÉ...

Dans le petit monde des grands médias, le «monde d'après» ressemble furieusement à celui d'avant. Pendant la crise sanitaire, les pires travers médiatiques ont eu la peau dure, et le rythme des télévisions en continu a partout dicté ses lois: qu'importe l'information, pourvu qu'on ait le remplissage.

Ainsi ont défilé, sur les chaînes d'information et dans les JT, les «experts» médiatiques affirmant tout et son contraire sur l'épidémie, le temps médiatique court-circuitant celui de la connaissance scientifique (p. 36). À l'instar de Michel Cymès qui, après en avoir minimisé les dangers, s'est permis de brocarder «les Français indisciplinés» vis-à-vis des mesures de confinement (p. 4).

Éditocrates et commentateurs patentés ont également été fidèles au poste. Toujours sûrs de leur fait, jamais à une contradiction près... et le doigt sur la couture lorsqu'il s'agit de défendre l'autorité. Face aux accusations d'impréparation, notamment formulées par les personnels soignants, pas de critique qui vaille: les tenanciers des plateaux ont serré les rangs derrière Emmanuel Macron, autoproclamé «chef de guerre», et intronisé comme tel par l'éditocratie (p. 8).

La crise économique et sociale s'ajoutant au désastre sanitaire, le ballet des économistes à gages a repris. Tous se targuant de penser «l'après», alors même que leurs imprécations libérales, inchangées, étaient battues en brèche par la crise. Pendant le confinement, une poignée d'économistes conseillant le pouvoir a saturé l'espace médiatique, reléguant une nouvelle fois toute pensée alternative ou critique aux marges des débats (p. 12). L'Institut Montaigne, officine financée par les entreprises du CAC40, affirme-t-il que les salariés doivent «travailler plus» pour payer les pots cassés de la crise? Ses préconisations font le tour des médias (p. 16).

Les injonctions médiatiques au maintien de l'ordre social n'ont, quant à elles, pas manqué pendant la période du confinement. Certains journalistes, comme ceux du *Parisien*, se sont faits auxiliaires de police, accompagnant la répression redoublée dans les quartiers populaires (p. 30). Des quartiers dont les habitants ont pourtant été «en première ligne» de l'épidémie... Autant de travailleurs «invisibles», soudainement devenus «essentiels», et pourtant cantonnés dans «le fond de panneau de paysage» des grands médias – pour reprendre les termes du regretté Michel Naudy. En particulier dans les magazines féminins, pour lesquels seules les femmes des classes moyennes et supérieures, en télétravail, ont semblé exister... mais dont le sort fut aussitôt scellé sur l'autel des injonctions traditionnelles: soyez belles à tout instant, pour vos conjoints comme pour vos collègues et patrons... et ne faibliez pas sur les tâches domestiques! (p. 25)

Bref, rien n'a changé. La crise du Covid aurait pourtant pu être l'occasion d'une vaste remise à plat. Dans la presse écrite, l'écroulement des revenus publicitaires devrait appeler à une remise en cause d'un modèle économique en faillite. Alors que certaines voix s'élèvent pour maintenir à tout prix la domination des grands annonceurs sur la presse, il est urgent de dessiner d'autres modèles, affranchis de la publicité (p. 38). Plus généralement, la spectaculaire déroute de la *doxa* médiatique libérale aurait dû conduire les thuriféraires du marché... à se taire! (p. 22) Et, au nom de la décence et du respect du pluralisme les plus élémentaires, à laisser la parole à d'autres voix, dessinant d'autres projets de société. Cela ne se fera pas sans une mobilisation d'ampleur pour bouleverser le système médiatique et promouvoir un modèle d'information libre et indépendante! ■



Médiacritiques

Revue trimestrielle d'Acrimed

Acrimed

39, rue du Faubourg-Saint-Martin
75010 Paris

Directeur de la publication

Mathias Reymond

Secrétaires de rédaction

Frédéric Lemaire et Pauline Perrenot

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.

Ont collaboré à ce numéro

Alain Geneste, Antonin Padovani, Blaise Magnin, Bruno Dastillung, Denis Pérais, Elsa Tremel, Frédéric Lemaire, Jean Pérès, Jean Tortrat, Kahina Seghir, Lucile Girard, Mathias Reymond, Maxime Friot, Olivier Moreau, Pauline Perrenot, Philippe Merlant, Thibault Roques, Yohann Garcia

Illustration de Une

Aurel

Dessins

Colloghan

Conception graphique et mise en page

Adrien Labbe

Typographies

Audimat 3000, Bely, Giorgio, Minimum

Achevé d'imprimer en 07/2020 par Corlet Imprimeur

14110 Condé-en-Normandie

n° d'imprimeur: 19090500

Imprimé en France

Dépôt légal: juillet 2020

Commission paritaire: 1223 G 91177

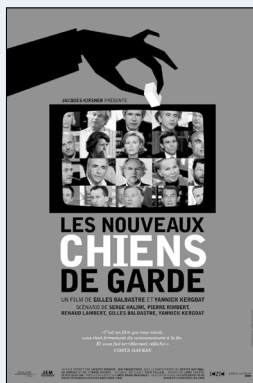
ISSN: 2256-8271



IMPRIM'VERT

MÉDIA(BOU)TIQUE

Née du mouvement social de 1995, dans la foulée de l'Appel à la solidarité avec les grévistes, notre association, pour remplir les fonctions d'un observatoire des médias, s'est constituée comme une association-carrefour. Elle réunit des journalistes et salariés des médias, des chercheurs et universitaires, des acteurs du mouvement social et des « usagers » des médias. Elle cherche à mettre en commun savoirs professionnels, savoirs théoriques et savoirs militants au service d'une critique indépendante, radicale et intransigente. Acrimed est présente sur de nombreux fronts. Pour contester, mobiliser, porter des alternatives. Et dans ce combat inégal face aux tenants de l'ordre médiatique, nous avons besoin de vous!



**S'ABONNER
ADHÉRER
EN LIGNE**
boutique.acrimed.org

► **Je fais un don** de soutien à Acrimed d'un montant de€

► **J'adhère** ou je renouvelle mon adhésion à Acrimed

☐ Cotisation de base: **40 €**

☐ Chômeurs indemnisés, précaires, étudiants: **10 €**

☐ Revenus > 2000€ mensuels: **70 €**

☐ Chômeurs non indemnisés, bénéficiaires du RSA: **5 €**

► **Je m'abonne** pour un an (soit quatre numéros) à *Médiacritiques* à partir du n°€

☐ Tarif adhérent: **10 €**

☐ Tarif normal: **20 €**

☐ Union européenne et Suisse: **25 €**

☐ Reste du monde: **32 €**

► **Je commande**

☐ Le DVD des «Nouveaux Chiens de garde»: **18,40€**

☐ Le livre *L'Opinion, ça se travaille...*, aux éditions Agone: **12,50 €**

☐ Le livre *Au nom de la démocratie votez bien!*, aux éditions Agone: **15 €**

Nom: Prénom:

Adresse:

Code postal: Ville:

Courriel:

Signature:

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

TF1 ET LA CULTURE : DES PAROLES ET DES ACTES

Prémisses du confinement oblige, la disparition en mars dernier de Patrick Le Lay, emblématique PDG de TF1 pendant 20 ans, n'a pas suscité le bilan qu'il méritait. Si ses successeurs ont incontestablement su perpétuer l'héritage, personne n'a incarné mieux que lui les valeurs de la première chaîne à une époque où elle dominait le paysage audiovisuel français voire européen. Rapidement propulsé à la tête de la chaîne par Francis Bouygues, il fut en première ligne dès sa privatisation en 1987. Or on a trop vite oublié combien il avait promis en matière de culture. Et surtout, combien il a déçu. Retour, donc, sur un mirage et une méprise.

S'il n'y a plus personne ou presque pour s'émouvoir de la concession en forme d'offrande faite à Bouygues au mitan des années 1980 (voir tout de même le film de Pierre Carles « Fin de concession »), la transformation de la première chaîne publique en une chaîne commerciale en surprit plus d'un. Pour décrocher la timbale, Bouygues sortit la grosse artillerie et les belles promesses : « Il n'est pas vrai de dire qu'une télévision privée soit condamnée à être une télévision mercantile. Cette télévision-là, elle n'a pas d'avenir. » Devant la défunte Commission Nationale



Francis Bouygues et Patrick Le Lay lors de la conférence de presse du 6 mai 1987 présentant le nouvel organigramme de TF1 (INA).

de la Communication et des Libertés qui décida qui, du marchand de canon (Jean-Luc Lagardère, alors à la tête du groupe Hachette) ou du marchand de béton (Francis Bouygues, leader du BTP) présiderait aux destinées de TF1, il déroulait son programme : « informer, divertir, cultiver ».

Bernard Tapie, alors étoile montante du management triomphant, fut appelé à la rescousse. En bon *spin doctor*, il affirma vouloir « relever la production française », refusant « d'acheter les feuilletons à l'étranger » et de « gaver les enfants de séries débiles ». Patrick Le Lay, futur vice-président de la chaîne, livra quant à lui un programme alléchant, la gorge un peu nouée : « En ce qui concerne la musique, nous avons prévu au moins 8 concerts qui représenteront 16h de diffusion et au moins 8 spectacles lyriques et chorégraphiques. » Et Tapie de ren-

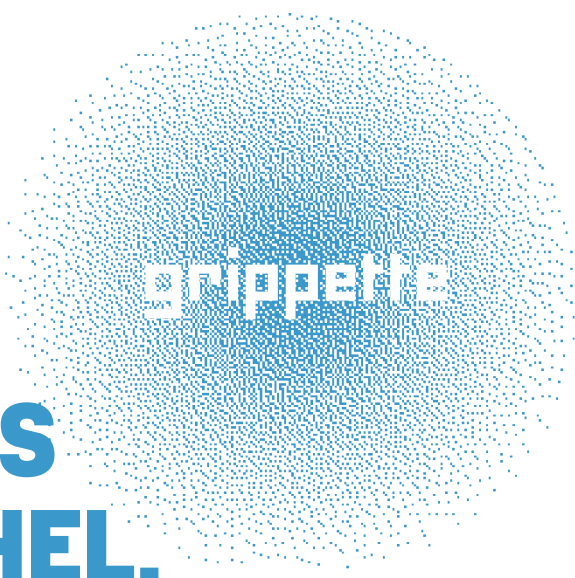
chérir, souhaitant que la première chaîne célèbre « l'année Ravel » ou « l'anniversaire d'Olivier Messiaen » dans le souci d'associer « la noblesse du son et de l'image sur TF1 »...

À l'époque, le ministre de la Culture François Léotard attend également de la privatisation de TF1 qu'elle incarne le « mieux disant culturel ». Il n'en sera évidemment rien et les promesses joughlues passeront bien

« Le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit (...). Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible. »

vite par pertes et profits. La plus puissante chaîne française finit par afficher ouvertement le but poursuivi dès le départ, via une fameuse déclaration de son désormais PDG : « Il y a beaucoup de façons de parler de la télévision. Mais dans une perspective "business", soyons réaliste : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit (...). Or pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible. » (Patrick Le Lay, interrogé parmi d'autres patrons dans un livre intitulé *Les dirigeants face au changement*, Éditions du Huitième jour).

Aussi le mieux disant culturel céda-t-il promptement la place au plus offrant économique(ment). La promotion en trompe-l'œil de la culture sur TF1 s'apparenta à une immense tromperie sur la marchandise. Et le public, à qui l'on a promis monts et merveilles culturels, s'est trouvé assailli et abruti de publicités entrelardées de programmes sans contenu éducatif ni saveur culturelle. Mais qui s'émue encore de ce grand bond en arrière illustré par le passage d'une chaîne publique à un média privé ? Et pourtant... C'est que trente ans plus tard, la réappropriation démocratique des médias attend encore, comme l'ambition culturelle. Y compris sur les chaînes du service – toujours – public. ■



grippe

DOCTEUR CYMÈS ET MISTER MICHEL, EXPERTS EN CORONAVIRUS

Qu'ils sévissent dans le domaine de la médecine, de l'économie ou de la sécurité, les experts médiatiques ont ceci d'extraordinaire qu'ils peuvent s'exprimer à longueur d'antenne et avec aplomb sans maîtriser le sujet dont ils parlent. Nouvelle illustration avec Michel Cymès...

Le soir du 16 mars, Emmanuel Macron annonce le renforcement des mesures de confinement. Après son intervention, l'émission « Vous avez la parole » (France 2) était consacrée au coronavirus et Michel Cymès, le bien nommé « médecin de la télé préféré du PAF », est (à nouveau) présent. L'expert admettait, quelques heures plus tôt sur France 5, avoir contribué à minimiser l'épidémie par ses prises de paroles médiatiques. Mais cela ne l'empêche visiblement pas de revenir en plateau pour culpabiliser « les Français indisciplinés » vis-à-vis des mesures de confinement... Voire de sermonner une infirmière membre du collectif Inter-Urgences, venue témoigner des conditions de travail actuelles et exiger des moyens. Car on le sait, les experts osent tout. Y compris se corriger (ou non) d'une heure sur l'autre: comme le dit Christophe Barbier, « la vérité de 6h50 n'est pas celle de midi ».¹ Et ce que l'on redécouvre, c'est que leur magistère ne connaît décidément pas la crise.

**Recourir aux experts,
les regarder
se tromper,
et, sans l'ombre
d'une hésitation,
les réinviter**

On aurait en effet pu penser que la crise du Covid changerait la donne: l'exigence d'une information grand public de qualité s'impose d'autant plus que les informations ont des conséquences vitales, tout particulièrement dans le domaine médical.

Et que le rapport (comme l'accès) au savoir scientifique, médical, sont socialement discriminants. Dès lors, les tenants de la parole publique ont une responsabilité plus grande encore que d'ordinaire. Et pourtant, les grands médias n'ont pas l'air de vouloir changer leurs bonnes vieilles habitudes: recourir aux experts, les regarder se tromper, commenter leurs bourdes à coup

d'articles tapageurs, et, sans l'ombre d'une hésitation, les réinviter.

En témoigne la fabuleuse histoire de Michel Cymès et du coronavirus. Le 15 mars, Arrêt sur images consacrait un article au « médecin de la télé » sous le titre « Coronavirus: un Cymès matin, midi et soir ». Et de constater:

1. Lire
« Plantages en série »,
Médiacritiques n° 34,
janv.-mars 2020, p.19.

Plus rapide que la diffusion du coronavirus, la démultiplication de Michel Cymès sur les écrans. Depuis deux semaines, c'est matin, midi et soir sur France 2, RTL mais aussi France 5, TMC, La 1ère. [...] Celui qui dit continuer ses consultations à l'hôpital deux matinées par semaine, passe surtout son temps dans les loges de maquillages.

Pour y dire quoi ? Pour affirmer par exemple sur « Quotidien », le 10 mars, que le coronavirus « reste une maladie virale comme on en a tous les ans » ou encore : « Il y a moins de risque [qu'en Italie], on est mieux préparés et puis je ne crois pas qu'un jour on va mettre toute la France en quarantaine. » Ou encore sur Europe 1 (le 10 mars également) : « Je ne suis absolument pas inquiet. C'est un virus de plus, on le dit souvent, c'est une forme de grippe. Je ne suis pas inquiet pour moi parce que je suis en bonne santé et que je ne fais pas partie des cas les plus graves. »

Avant de battre sa coulpe six jours plus tard, dans « C à vous » : « Je fais mon mea culpa aussi, j'ai probablement trop rassuré les Français (sic), mais en même temps, comment les inquiéter de façon excessive quand on n'a pas les données épidémiques à 15 jours ou 3 semaines qui permettent de dire que ça va être aussi catastrophique qu'aujourd'hui. » Certains lui rétorqueraient, sans doute, qu'ils disposaient de telles données. Mais quand bien même... et surtout : quand on ne sait pas, ou quand on affirme – comme Michel Cymès lui-même – que « chaque heure, ça change », pourquoi se précipiter sur tous les plateaux en tenue de sachant/savant ? Et si le temps de la connaissance scientifique ne coïncide pas avec le temps médiatique de l'information en continu, pourquoi chercher à tout prix à plaquer le premier sur le second ? « C'est toute la difficulté de la communication, je suis bien placé pour vous le dire », ose Michel Cymès face à Anne-Élisabeth Lemoine sur France 5. C'est là tout le problème en effet : confondre l'information avec la communication permanente... et l'entrepreneuriat médiatique personnel.

Suite à un tel plantage, d'aucuns auraient pensé que Michel Cymès allait se faire discret, au moins pour quelque temps. Il n'en fut rien. Deux heures après l'émission de France 5, et des dizaines d'articles autour de son « mea culpa » plus tard, on le retrouve sur France 2 dans « Vous avez la parole ».

« LES FRANÇAIS SONT INDISCIPLINÉS, C'EST POUR ÇA QU'ON EN ARRIVE LÀ ! »

Et le moins que l'on puisse dire, c'est que l'expert est droit dans ses bottes. Le confinement ? « C'est ce que tout le milieu médical et scientifique demande depuis un moment. » Mis à part, peut-être, un « expert » doutant de la possibilité de « mettre toute la France en qua-

rantaine »... La justification du confinement ? « On l'a vu : les Français sont indisciplinés, c'est pour ça qu'on en arrive là ! » Un ton bien péremptoire, pour un message si simpliste... qu'il assénait déjà la veille sur la même chaîne, ou sur France 5 quelques heures plus tôt :

Ce n'est pas une solution qu'il fallait envisager il y a trois semaines, parce qu'on en n'était pas là. On comptait sur les Français pour avoir des gestes barrière, ils ne l'ont pas fait, bah maintenant, on le paye.

Et quid des commentateurs affirmant que le coronavirus n'était « qu'un virus de plus » ?

La petite musique sur « l'indiscipline » des Français mérite qu'on s'y arrête, tant elle a été reprise

par de nombreux commentateurs médiatiques. S'il n'est pas question – et ce ne serait de toute évidence pas le rôle d'Acrimed – de se positionner sur « l'irresponsabilité » de tel ou tel comportement, il est difficile d'ignorer le rôle de l'information dans le respect attendu (et nécessaire) des consignes sanitaires réclamées... à une population entière ! Pour

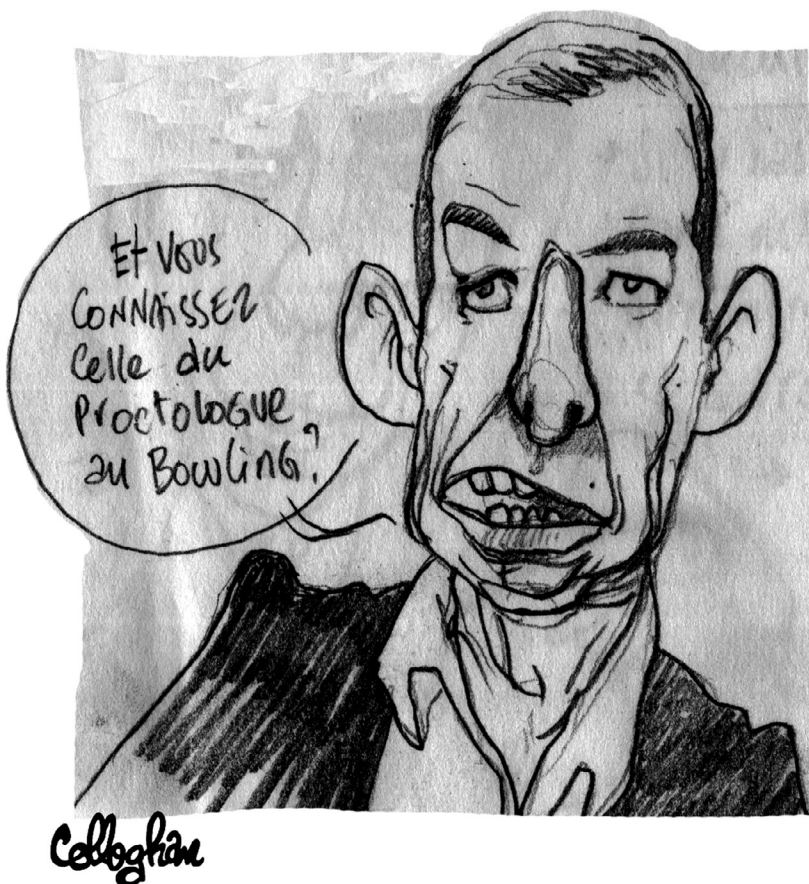
qu'elle soit traduite dans les faits à si grande échelle, et intégrée au-delà de toute sorte d'entraves bien réelles (accès à l'information, aux connaissances scientifiques et médicales, rapport à la parole publique, etc.), le moins que l'on puisse attendre de cette information, c'est qu'elle soit claire.

Or, ni les discours médiatiques, ni les discours gouvernementaux ne furent clairs, ou à la hauteur de ce que devrait être une campagne d'information publique massive, pensée sur le long terme. De quoi relativiser « l'indiscipline des Français », qui, contrairement aux experts (en toupet), ne peuvent pas s'exprimer publiquement. Sans compter tout ce qu'un tel discours (individualisant, culpabilisateur et dépolitisé) permet de ne pas questionner : la communication gouvernementale, et la fabrique de l'information, pour ne donner que deux exemples de taille.

FOI D'EXPERT : LA CRITIQUE N'A PAS LIEU D'ÊTRE

Mais Michel Cymès ne saurait se contenter d'être un père-la-morale. Comme tout bon expert médiatique, il dispose également d'une casquette « chien de garde ». Un rôle qui lui permet de décréter ce qui peut être dit (ou non) sur un plateau, et sous quelle forme. Celle qui en fait les frais ? Juliette Richard, infirmière aux urgences de l'hôpital Robert Debré et membre du collectif Inter-Urgences.

la distinction & la rigueur scientifique



Il se trouve que l'infirmière n'a pas mis sa colère au placard avant d'entrer en plateau. Colère concernant les conditions de travail des soignants, colère concernant les revendications demeurées insatisfaites. D'emblée, son discours se heurte aux rectifications hors sol des deux présentateurs, bien décidés à lui expliquer qu'Emmanuel Macron a tout prévu (dans son allocution) :

– Juliette Richard: Nous le collectif, on est un peu inquiets par rapport à ce qu'[Emmanuel Macron] a dit parce qu'en fait, ça fait un an qu'on alerte sur les conditions de travail, sur les dégradations de nos conditions de travail, le manque de lits, ce genre de choses. Là il nous promet des moyens dès demain, mais c'est déjà trop tard... [Coupée]

– Thomas Sotto: Beaucoup de moyens hein, les hôtels, les taxis réquisitionnés pour vous permettre de vous déplacer.

**Père-la-morale et
comme tout bon expert
médiatique...
chien de garde**

– Juliette Richard: Oui mais enfin à l'heure actuelle aujourd'hui il manque de masques à l'hôpital, les gens volent les masques, on n'a plus de gel, on n'a plus rien... [Coupée]

– Léa Salamé: Il a promis pour les masques, il a dit qu'ils seront livrés. [Juliette Richard: Aux pharmacies mais pas du tout dans les hôpitaux.] Il a dit à partir de demain pour les 25 départements [les plus touchés] et ensuite mercredi.

– Juliette Richard: Bah oui mais c'est trop tard en fait! Nous, nos supérieurs nous imposent de ne pas utiliser plus de tant de masques par jour parce qu'on n'en a pas assez! Enfin... c'est juste pas normal. Le manque de lits, il est intolérable. Ils ont supprimé 17500 lits en 9 ans et maintenant ils se retrouvent: «Ah bah oui, on est coincés». En pédiatrie, la réa est en train de se préparer à accueillir de l'adulte.

Bien qu'en première ligne dans le combat contre le virus, Juliette Richard refuse de se soumettre aux injonctions à «l'union nationale», qui réclamerait que toute critique soit suspendue. Et c'est bien là ce qui dérange Michel Cymès. Toute honte bue, l'expert va donc rectifier pour l'infirmière... le sens des «priorités» :

– Léa Salamé: Michel, vous comprenez ce que dit Juliette ce soir?

– Michel Cymès: Oui, je comprends tout à fait ce que dit Juliette. Et il faut vraiment rendre hommage à tout le personnel soignant et notamment aux infirmières qui alertent depuis longtemps. Je pense juste qu'aujourd'hui, la priorité c'est de sauver des vies. La priorité, c'est de sauver les patients qui vont venir, la priorité c'est de tout faire pour qu'il y ait le moins de morts possible parce qu'il va y en avoir malheureusement beaucoup. Encore une fois je suis tout à fait d'accord avec vous, et je travaille à l'hôpital donc je sais très bien ce qui s'y passe, mais je pense qu'il faut qu'on mette tout ça de côté un petit peu aujourd'hui.

– Juliette Richard: Moi je dis juste qu'à l'heure actuelle on est en train de faire des choix: «Toi tu vas mourir, toi tu vas vivre», c'est juste pas normal aujourd'hui.

– Michel Cymès: On n'en est pas là, franchement Juliette, on n'en est pas là.

– Juliette Richard: Il y a certains hôpitaux où ils en sont déjà là en réa.

– Michel Cymès: Non, je ne crois pas qu'on puisse dire aujourd'hui... Alors on va affoler les gens en disant: «Bah vous, vous êtes un peu trop vieux et vous avez une maladie, on n'est pas sûrs de vous en sortir (sic) on va vous mettre de côté.» On ne peut pas dire ça aujourd'hui.

On ne saurait que trop conseiller à Michel Cymès – une fois délivré de ses multiples émissions quotidiennes – de se pencher sur les témoignages émanant de «l'hôpital qu'il connaît si bien». Témoignages que révélait, par exemple, un article du *Parisien* le 17 mars: «Il va falloir choisir» entre les malades, admettent des soignants. Faute de places suffisantes en réanimation, des soignants dans les zones les plus touchées par l'épidémie nous confient avoir renoncé à intuber des patients de 70 ans, déjà malades.

Alors, et alors seulement, peut-être «l'expert» sera-t-il en mesure de décréter ce qu'une soignante peut dire ou non, quels faits sont vrais ou non, et quel discours est entendable ou non sur les plateaux de télévision (qu'il a lui-même inondés d'informations peu fiables des jours durant).

Mais en attendant, une dernière préconisation:

Qu'il y ait un problème avec les tests, qu'on vous oblige à travailler alors que certaines d'entre vous sont souffrantes, là, il y a un vrai problème. Et il va falloir régler tout ça. Je dis juste qu'aujourd'hui, [...], la priorité, elle est de sauver des vies. Vous le faites parfaitement, les infirmières sont en première ligne, [...] les médecins aussi. Aujourd'hui, polarisons-nous, soyons focus comme on dit sur les vies à sauver. Tout le reste devra être réglé mais après que l'épidémie soit passée.

Les conseils du médecin sont formels: les revendications, c'est pour «après». Quant à savoir ce que veut dire un «maintenant» sans masque et avec des soignants eux-mêmes malades...

Là où Michel Cymès bénéficiera, au cours de l'émission de France 2, de multiples interventions (sur plus de deux heures d'antenne), Juliette Richard ne s'exprimera environ que trois minutes. Un décalage énorme qui en dit long sur l'arbitrage des présentateurs quant à la répartition du temps de parole, à géométrie variable en fonction du contenu de cette parole et de celui ou celle qui la profère. Un expert en bourdes, multirécidiviste, s'astreignant à des propos dépolitisés, bénéficiera d'un temps beaucoup plus important qu'une infirmière «sur le pont», réclamant des moyens immédiats face à la catastrophe sanitaire en cours. Ainsi va la routine des grands médias, qui, par bien des aspects, n'a pas été bouleversée par la crise du Covid. Le «cas Cymès» est loin d'être isolé, et cet épisode interroge une fois de plus sur le rôle de «l'expert» de plateau, où l'estampille «médecin» (spécialité bagout) semble avoir valeur de sauf-conduit. Peu importe que la certification soit médiatique avant d'être «professionnelle»; peu importe le degré réel d'exercice de la profession, ou la spécialité... pourvu qu'on ait l'eau tiède de «l'expertise» convenable! ■

**Un expert en bourdes,
multirécidiviste,
s'astreignant
à des propos
dépolitisés bénéficiera
d'un temps
beaucoup plus
important
qu'une infirmière
«sur le pont».**

Q loquace et local

QUAND LE PROGRÈS RÉÉCRIT L'HISTOIRE, REBELLYON DÉCRIE LE PROGRÈS

À Lyon, des militants LREM «pris à partie par des militants de la CNT». C'est en tout cas la version à sens unique d'un entrefilet du *Progrès* (16 fév.), comme le dénonce Rebellyon cinq jours plus tard. Face à une «réécriture de l'histoire» coproduite par LREM et *Le Progrès* (une «histoire rocambolesque», tant les faits rapportés seraient éloignés de la réalité), le site «collaboratif d'infos alternatives» publie un droit de réponse... qui sera refusé. De quoi en tirer la conclusion que *Le Progrès* a choisi son camp.

PLACE GRE'NET SURPREND TÉLÉGRENOBLE EN PLEIN COPINAGE ÉLECTORAL

Christophe Revil, journaliste politique à Télégrenoble et candidat à sa réélection dans la ville de Pont de Claix (10 000 âmes), écope d'un portrait peu flatteur de Place Gre'Net (10 fév.). Ce site d'information indépendant épingle en effet le «journaliste-militant-candidat», au cœur depuis «quelques années [d'un] drôle de ménage entre la télévision locale et les collectivités territoriales». La TV locale se défend tant bien que mal, tandis que pour les municipales, «Gérard Balthazard, le président de la chaîne, a lancé un vibrant appel à “bien voter”»... Et Place Gre'Net de se demander: «Que se passera-t-il si, élu maire, le journaliste a, comme invité, une entreprise appelée à soumissionner à un appel d'offres de la ville de Claix?» Acrimed a bien sa petite idée...

L'EMPAILLÉ SE PAYE LES «GARDE-CHIOURMES DU MIDI»

Il n'y pas que Ruth Elkrief, Christophe Barbier et Pascal Praud sur terre: la presse locale a elle aussi son lot d'éditorialistes épris de libéralisme! Le journal aveyronnais *L'Empaillé* (n°7, mars 2020) a analysé les éditos de *La Dépêche du Midi* tout au long de la mobilisation contre la réforme des retraites. Et les «gardes-chiourmes du Midi» feraient presque passer les stars de l'éditocratie nationale pour des gauchistes! «Consensus imaginaire» sur la nécessité d'une réforme, suivisme vis-à-vis des positions patronales, «édits agressifs» contre les manifestants... «Alors qu'on vivait un mouvement assez exceptionnel [...], [le rédacteur en chef Jean-Claude Souléry] nous vomissait dessus dans sa case éditoriale», conclut *L'Empaillé*. ■

LES ÉDITOCRATES SERRENT LES RANGS DERRIÈRE MACRON

Le gouvernement a été sous le feu des critiques pour son impréparation face à la crise du Covid. Notamment de la part des personnels de santé confrontés aux pénuries. Sur les plateaux, les éditocrates ont, quant à eux, serré les rangs derrière Emmanuel Macron.

C'est bien connu : pour ce qui est de chanter les louanges du gouvernement, Christophe Barbier n'est jamais en reste. Et dans la période du confinement, il ne s'en est pas privé.

Dans son éditorial du 27 mars, il prenait la défense d'Édouard Philippe, Agnès Buzyn, et Olivier Véran, visés par six plaintes déposées devant la Cour de justice pour leur gestion de l'épidémie. D'un revers de main, il en balaie les fondements : « *Honnêtement, à l'heure où nous parlons, il n'y a aucune raison de penser [qu'ils] puissent être soupçonnés d'homicide involontaire ou de mise en danger d'autrui puisque c'est l'objet de ces plaintes.* » Et de citer Alain Finkielkraut, interviewé dans *Le Figaro* le même jour, pour qui le gouvernement serait devenu le « *bouc-émissaire de nos peurs primaires [...] traduit devant le tribunal de la bêtise surinformée.* » Autant dire qu'en matière de « *bêtise surinformée* », Barbier est un expert...

Le lendemain, l'éditorialiste à l'écharpe rouge applaudissait la pédagogie d'Édouard Philippe. Et se réjouissait que le Premier ministre ait « *fait le sort des polémiques rétrospectives* ». Bref : circulez, il n'y a rien à voir. Mais mieux vaut le dire mille fois qu'une. Dimanche 29 mars, face à l'urgentiste Christophe Prudhomme qui dénonçait l'incurie du gouverne-

ment, l'éditorialiste appelait à surtout ne pas « *chercher des coupables* » et à ne pas aller « *devant la justice où là, on risque des psychodrames inutiles* ». D'autant que le verdict de Barbier a déjà blanchi le gouvernement... et mis hors de cause les politiques libérales appliquées depuis des années au secteur public :

On sait ce que c'est que le coût d'un hôpital avec des lits vides, au cas où. C'est un coût énorme. [...] Des choix ont été faits par des gouvernements de droite et des gouvernements de gauche qui correspondaient à des choix de gestion publique au mieux-disant.

Un « *mieux-disant* » qui a conduit, pendant la crise, à une pénurie de matériel et de moyens aux conséquences parfois dramatiques. Un détail, sans doute, pour l'éditorialiste.

Mais Christophe Barbier est loin d'être le seul à faire le service après-vente de la gestion de crise du gouvernement sur les plateaux de BFM-TV. Déjà le 16 mars, Bruno Jeudy approuvait l'intervention d'Emmanuel Macron « *positionné en père de famille, [...] en première ligne de cette guerre sanitaire* ». Le 31 mars, il applaudissait à nouveau l'intervention « *d'un président à l'offensive* » ciblant « *les leaders populistes, qu'ils soient d'extrême-droite ou de la gauche de l'échiquier* ». Oubliant au passage, léger détail, que les principales critiques émanaient en réalité des personnels hospitaliers.

Ce jour-là sur le plateau de BFM-TV, on commentait l'intervention d'Emmanuel Macron dans une usine de masques à Angers:

– Emmanuel Macron: *Quand on mène une bataille, on doit être unis pour la gagner. Et je pense que toutes celles et ceux qui cherchent déjà à faire des procès alors que nous n'avons pas gagné la guerre sont irresponsables.*

Inspiré, l'inoxydable Alain Duhamel reprend mot pour mot... les éléments de langage présidentiels:

– Alain Duhamel: *Ce n'est pas quand on est dans la bataille, une bataille qui est difficile pour tout le monde et pour laquelle tellement de gens se donnent tellement de mal, ce n'est pas le moment de vouloir commencer des procès [...]. On n'a pas besoin de discorde en ce moment, on a besoin d'unité.*

Une imitation – il faut le reconnaître – très réussie!

BFM-TV n'est pas un cas à part: sur les plateaux des autres chaînes d'information, les éditocrates se sont appliqués à accompagner, voire à devancer la communication officielle. Déjà le 9 mars, avant la mise en place du confinement, Philippe Val adressait sur LCI un satisfecit à l'action gouvernementale: *Moi, je pense que c'est plutôt bien fait. Le gouvernement a hérité d'un système de santé avec beaucoup de problèmes, ça vient de loin, mais ils font ce qu'ils peuvent avec, on a un sens des responsabilités, c'est pas mal!*

Le 28 mars sur un plateau de LCI, Thierry Amouroux, secrétaire général du syndicat des infirmiers, répondait vertement à Marie-Eve Malouines, ancienne présidente de LCP, en évoquant notamment la pénurie de masques de protection et l'impréparation du gouvernement:

– Marie-Eve Malouines: *C'est la stratégie du gouvernement, qui préfère dire les choses par étapes, progressivement, y compris le confinement qui a été annoncé progressivement, plutôt que de le faire tout d'un coup. On pourra en reparler longtemps, et savoir s'il aurait fallu faire comme ça, c'est le choix qui a été fait, et on doit tous l'assumer en réalité.*

– Thierry Amouroux: *Non, non, non, ils ont fait leurs choix, ils l'assumeront devant la justice pénale parce qu'il y aura quantité de plaintes, de médecins et de soignants dès que l'épidémie sera passée [...]. Il faut bien comprendre que nous, on est tous dans la mouise, les gens qui ont les mains dans le cambouis, comme vous dites.*

Un coup de gueule étayé, parmi tant d'autres, qui n'est semble-t-il pas parvenu aux oreilles de Jean-Michel Apathie. Dans ses éditos quotidiens sur LCI, l'éditocrate interprète également la partition de la communication officielle. Le 26 mars, il revient sur

“Tout le monde doit être derrière les pouvoirs publics aujourd'hui dans cette crise.”

Jean-Michel Apathie



l'intervention d'Emmanuel Macron à Mulhouse. Et conclut: «*Tout le monde doit être derrière les pouvoirs publics aujourd'hui dans cette crise, et ce qu'a annoncé Emmanuel Macron est peut-être de nature à restaurer une confiance nécessaire pour gagner la bataille contre le virus.*»

Deux jours plus tard, estimant sans doute ne pas avoir obtenu satisfaction, Jean-Michel Apathie s'en plaint sur le plateau de «C l'hebdo»: «*[Je suis] étonné des critiques qu'on adresse au gouvernement.*» Et en profite pour adresser un encouragement sur son compte Twitter: *La communication du PM Edouard Philippe change de registre: plus dramatique, moins affirmative, donc sans doute plus juste. Ceux qui reprochent au pouvoir de mentir vont lui reprocher de dire la vérité. La bêtise est humaine.*

Les personnels soignants portant ces critiques apprécieront, à sa juste valeur, «l'humanité» d'une telle saillie.

Et dans les autres médias? L'éditorialiste macronolâtre du *Parisien* Nicolas Charbonneau s'élève contre toute «*désunion nationale*»: «*L'heure des procureurs n'est pas venue [...]. Ne soyons pas le seul pays au monde à s'entredéchirer avant même d'avoir emporté la bataille contre la maladie.*» (29 mars) Dans sa chronique quotidienne sur France Inter du 30 mars, Thomas Legrand se félicite

quant à lui du « langage de vérité » du Premier ministre et appelle à mettre la pédale douce sur les critiques dans la période actuelle : « Il sera toujours temps de se retourner sur le sujet après la crise, pour en tirer des leçons... Pour l'instant, c'est la course contre la montre, la bataille. »

Même son de cloche dans la matinale de RTL. Lorsque Jérôme Martin, président de l'Union française pour une médecine libre, regrette le manque de matériel (respirateurs, masques), Yves Calvi tempère des propos qu'il juge « accusatoires » : « En ce moment j'ai envie de vous dire, on a besoin d'union nationale, et on a besoin d'informer les Français aussi, c'est un équilibre qui est délicat. » Il ne faudrait pas y aller trop fort sur l'information...

En termes de propos « accusatoires », il faut dire qu'Yves Calvi n'est pas en reste. Le 12 mars, dans « L'info du vrai » sur Canal+, il se livrait à une attaque en règle... contre les revendications des personnels de santé :

Je vais choquer tout le monde en disant ça mais la pleurniche permanente hospitalière fait qu'on est en permanence au chevet de notre hôpital.

« Pleurniche permanente » : encore une fois, les hospitaliers en première ligne et subissant manque de moyens et pénuries apprécieront... Surtout venant d'un animateur dont les revenus annuels bruts cumulés approchaient, en 2016, le million d'euros. Des propos qui n'empêcheront pas Yves Calvi, toute honte bue, de figurer dans un clip publié par RTL début avril pour remercier les personnels de santé :



Jean Quatremer balaie quant à lui d'un revers de main la responsabilité du gouvernement dans l'impréparation face à la crise, dans un tweet du 4 avril : « En cette époque de scientisme exacerbé, il est plus facile d'accuser les gouvernements d'impréparation, de mensonges d'État et autres fariboles. Alors qu'ils devaient prendre des décisions aux conséquences terrifiantes en s'appuyant sur

des avis scientifiques contradictoires. » Lorsqu'il évoque les « avis scientifiques contradictoires », l'éditorialiste a peut-être en tête celui exprimé fin février par un éminent épidémiologiste, un certain Quatremer Jean dans un autre tweet du 28 février : « La panique actuelle autour du coronavirus laisse pantois : moins de 3000 morts sur 7 milliards d'habitants contre 50 à 100 millions pour la grippe « espagnole » de 1918 alors que la planète comptait moins de 2 milliards d'habitants... »

Sur France 5, dans « C à vous » (30 mars), on se paye carrément le porte-parole de l'association des médecins urgentistes de France, Christophe Prudhomme. Alors qu'Anne-Élisabeth Lemoine invite Roselyne Bachelot, ancienne ministre de la Santé désormais chroniqueuse, plusieurs extraits sont diffusés : dans le premier, daté du 29 mars, on voit l'urgentiste dénoncer « l'incurie du gouvernement », et pointer le fait que les personnels de santé sont contraints de choisir les patients à mettre en réanimation. Dans le second, Édouard Philippe annonce « qu'il ne laissera personne dire qu'il y a eu du retard sur la prise de décision s'agissant du confinement. »

Le troisième extrait est introduit par l'ancienne ministre de la Santé elle-même, qui prend un ton matois. On y voit Christophe Prudhomme, le 6 mars sur le plateau de LCI, dénoncer la surréaction des politiques face à un virus jugé « peu mortel ». Et Roselyne Bachelot de dérouler en brocardant

« monsieur Prudhomme, le représentant de la CGT », et en faisant mine de s'indigner : « Ça me met en colère, l'instrumentalisation politicienne à ce point, c'est absolument incroyable ! Il n'avait qu'un droit, c'est de dire « je me suis trompé ». »

Nul doute qu'à l'avenir, cette émission réalisera des montages similaires pour s'indigner, avec la même virulence, des changements de cap et mensonges à répétition dont nous gratifient les membres du gouvernement depuis trois

mois. Mais il est permis d'en douter. Car à travers l'épingleage opportuniste de Christophe Prudhomme, le message est clair : les critiques de la réponse du gouvernement, y compris celle des personnels de santé, n'ont pas lieu d'être, et ne relèvent que de la pure instrumentalisation politicienne... et plus si affinités quand elles sont fomentées par la CGT. En bref et en mille : circulez, il n'y a rien à voir. ■

« La pleurniche permanente hospitalière fait qu'on est en permanence au chevet de notre hôpital. »

Yves Calvi

« Ce n'est pas le moment de vouloir commencer des procès. »

Alain Duhamel

« MEILLEUR DU PIRE » DU CONFINEMENT

■ **Grazia**, 2 mars: «Coronavirus: les stars sortent masquées». Le magazine s'interroge: le masque «va-t-il devenir un accessoire de mode?» Et un gisement publicitaire pour les féminins?

■ **LCI**, 12 mars: «Le parano, l'hypocondriaque, le bon élève... Reconnaissez-vous vos collègues parmi ces profils de réaction au coronavirus?» Et vous? Avec le paresseux, le toutologue, le chien de garde... reconnaissez-vous les journalistes préférés de Martin Bouygues?

■ **France Bleu**, 19 mars: «Confinement en Bretagne: il se fait livrer l'apéro... en drone par un voisin.» La suite de l'enquête est confiée à Christophe Barbier, reporter émérite.

■ **Le Point**, 19 mars: «Profiter du confinement pour ranger ses mails: un vrai geste pour la planète.» Chez François Pinault, le «monde d'après» aura bien lieu!

■ **Le Parisien**, 23 mars: «Non, ce ne sont pas des CORONAVACANCES!» Au ministère de l'Intérieur comme de l'Éducation, le quotidien sert la soupe!

■ **BFM-TV**, 24 mars: «Et si les salariés offraient leurs RTT au personnel soignant?» Et si BFM-TV payait sa juste part d'impôts?

■ **France Bleu**, 3 avril: «Kebab, pelouse pas tondue et faux sportifs: les pires excuses pour échapper au confinement.» Un travail d'investigation de premier plan!

■ **Le Monde**, 13 mai: «La vidéo de Jean-Michel Blanquer en duplex de ses toilettes est un faux». Le fact-checking du Monde, lui, est bien réel...

■ Les charmes (très) discrets de la bourgeoisie confinée

Dès mars, la presse s'arrache les «journaux de confinement» et les témoignages d'illustres personnalités. Leur particularité? Faire le récit du quotidien de la bourgeoisie confinée.

«Nous sommes confinés. J'écris cette phrase mais elle ne veut rien dire. Il est 6 heures du matin, le jour pointe à peine, le printemps est déjà là. Sur le mur qui me fait face, le camélia a fleuri.» Leïla Slimani, à propos de son séjour prolongé dans sa maison secondaire (*Le Monde*, 18 mars). «Nous planquons au garage notre voiture immatriculée à Paris» titre le journal confiné de Marie Darrieussecq dans *Le Point*



(20 mars). «Comme le hamster, nous faisons du surplace» philosophe Raphaël Enthoven dans *L'Express* (23 mars), pour qui le confinement «révèle notre vide existentiel». Un éclair de lucidité? Dans *Le Parisien*, c'est l'écrivaine Tatiana de Rosnay qui tient une chronique de son confinement dans la capitale: «Au coin de la rue, je tombe sur une amie. Joie! Je me penche pour l'em-

brasser, elle fait de même, et nous nous ravisons à la dernière minute. Bises défendues. Un resto, alors? Ah, non. Tristesse.» (16 mars) À l'écoute des damnés de la terre, le quotidien recueille aussi le «programme antistress» de Rebecca Hampton («Plus belle la vie»): «Nous ne mettons plus le nez dehors... Sauf ce matin où j'ai dû aller acheter de la salade pour nourrir les escargots que ma fille a adoptés dans le jardin.» (24 mars) Autre éclair de lucidité, dans le journal d'une confinée de Cynthia Fleury (*Telerama*, 19 mars): «Le confinement a des allures de temps suspendu, de ralentissement jubilatoire, d'étreinte avec le calme, enfin. Or, ce type de confinement-là, préservé, serein, est un luxe total [...] Cela peut sembler presque une

disgrâce, cette dissymétrie entre ceux qui doivent surtout ne rien faire, rester chez eux, et les autres, à qui tout incombe.» On ne saurait si bien dire! Autres voix du peuple: Gala et *Femme actuelle*, au chevet de Brigitte Macron (27 mars), «éprouvée par le confinement» selon le premier, quand le second donne à entendre «ce qu'elle vit mal au quotidien». La palme revenant à *Paris Match* (24 avr.): «[Brigitte Macron] recluse, oui, coupée du monde, certainement pas! [...] Sa fonction de présidente de la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France l'accapare tant que le chef de l'Etat se sentirait un peu négligé! Dans l'épreuve, elle a trouvé sa voie.» Comme tous les journalistes de cour! ■

LES ÉCONOMISTES DE BRUNO LE MAIRE SATURENT LES MÉDIAS

À chaque crise économique, la ronde des économistes orthodoxes est télévisée. Au rythme des hoquets de la mondialisation, les journalistes leur délèguent les analyses – souvent erronées – et les propositions – toujours homogènes. Le confinement (16 mars – 10 mai) n'a pas changé la donne, au contraire...

« **L**es caisses sont vides, les coffres sont pleins et les économistes réfléchissent », scandait le journal *Le Plan B* en décembre 2008. Douze ans plus tard, invité dans les « Matins » de France Culture (19 mai), l'économiste Patrick Artus a le mérite de l'honnêteté. Revenant sur la gestion de la crise financière de 2008-2009, il confesse :

On avait fait, en Europe, une bêtise que tout le monde reconnaît aujourd'hui être une bêtise, qui était de retourner à l'austérité budgétaire. [...] On avait eu peur des déficits publics, et dès 2010-2011 on avait fortement réduit les déficits publics. Tous ceux qui regardent ça, et même ceux qui avaient mis en place ces politiques à l'époque, disent que c'était une erreur.

Très présent dans les médias depuis le début de la crise du Covid, le chef économiste de la Banque d'affaire Natixis fait partie d'un groupe d'une vingtaine d'économistes qui, chaque semaine, conseillent le ministre de l'Économie et des Finances Bruno Le Maire. Tous parisiens, à plus de 80 % masculins et avec une moyenne d'âge de 64 ans, ces économistes analysent la conjoncture du pays et font des recommandations¹.

Nous ne serons pas étonnés de voir que dans la liste de ces 22 économistes², on retrouve la plupart de ceux qui, dix ans plus tôt, avaient confec-

tionné la « bêtise » de l'austérité budgétaire. Et qui, plus globalement, ont toujours été favorables à l'ouverture à la concurrence des services publics, à la financiarisation de l'économie et à la réduction des dépenses publiques.

Si dans ce pool de conseillers, certains sont méconnus du grand public ou sont des institutionnels incontournables pour un ministre de l'Économie (comme le patron de l'Insee, Jean-Luc Tavernier ou le chef économiste de la Banque de France, Olivier Garnier), d'autres sont là et occupent l'espace médiatique depuis au moins un quart de siècle : Patrick Artus donc, Nicolas Bouzou (cabinet de conseil, soutien d'Emmanuel Macron), Jean Pisani-Ferry (Sciences Po Paris, ancien directeur du programme d'Emmanuel Macron, membre du Cercle des économistes), Jean-Hervé Lorenzi (Paris-Dauphine, président du Cercle des économistes), Philippe Aghion (Collège de France, soutien d'Emmanuel Macron en 2017, membre du Cercle des économistes), Daniel Cohen (Normale sup, économiste à la Banque Lazard), Élie Cohen (CNRS, soutien d'Emmanuel Macron en 2017, ex-administrateur de nombreuses entreprises privatisées – Orange, Pages Jaunes...), Laurence Boone (OCDE, membre du Cercle des économistes), etc.

1. « Pour les économistes, l'urgence n'est pas à la relance », *Le Figaro*, 3 mai.

2. « Dans le secret des réunions entre le Bruno Le Maire et les économistes », *L'Opinion*, 17 avril.

3. Ce décompte, comme le suivant, pour la presse, a été effectué via le logiciel Factiva.

4. À propos de cette émission, lire sur le site d'Acrimed « Est-ce que France Inter se moque du monde? », 13 avril.

5. Lire par exemple, sur le site d'Acrimed, « Alain Minc, plagiaire servile en 1999, serial plagiaire en 2013 », juillet 2018.

6. Les 7, 10 et 15 avril et le 12 mai.

DÉBAT CONTRADICTOIRE



ILS SONT PARTOUT

Et c'est sans surprise aussi que, depuis le début de la crise, et malgré notre appel à les faire taire (voir p. 22), les médias s'évertuent à inviter ces mêmes économistes. Et plutôt deux fois qu'une.

Dans la presse d'abord. Durant deux mois (mars-avril), ils ont signé – individuellement ou à plusieurs – pas moins de 54 tribunes ou articles (dont 23 papiers rédigés par Patrick Artus, 11 par Nicolas Bouzou, six par Daniel Cohen, six par Agnès Benassy-Quéré – également membre du Cercle des économistes)³. À titre de comparaison, Thomas Piketty, économiste moins orthodoxe, reconnu dans le monde académique, parisien – c'est une caractéristique essentielle (nous y reviendrons plus bas), chroniqueur associé au *Monde*, mais critique à l'égard de l'économie de marché, n'en a signé que deux sur la même période.

De plus, leurs noms reviennent régulièrement dans les articles sur la crise économique, puisque les journalistes recyclent leurs vieux carnets d'adresses. Patrick Artus a été cité 74 fois, Daniel Cohen 63 fois, Nicolas Bouzou 30 fois, Philippe Aghion 25 fois... et à eux tous, ils cumulent 458 citations dans la presse française (et les dépêches) sur 61 jours. Ainsi aura-t-on pu lire plus de sept fois par jour le nom d'un économiste qui conseille Bruno Le Maire. D'un autre côté, regroupés au sein du collectif des Économistes atterrés, une cinquantaine d'économistes hétérodoxes tentent tant

Ils occupent l'espace médiatique depuis au moins un quart de siècle.

bien que mal de se frayer un espace dans les médias : mais l'occurrence « économistes atterrés » n'apparaît que 31 fois sur deux mois dans notre base de données... et la plupart du temps dans le journal *L'Humanité*.

À la radio, sur France Inter notamment, les conseillers de Bruno Le Maire ont leurs ronds de serviette. Et c'est à se demander « qui invite qui ? » Toutes émissions confondues, Daniel Cohen a été reçu trois fois en deux mois (dont deux dans la matinale – les 10 et 26 mars, et une fois dans « On n'arrête pas l'éco » le 2 mai) ; Laurence Boone deux fois (dans la matinale, les 10 mars et 8 avril) ; Mathilde Lemoine (chef économiste à la banque Rothschild et administratrice chez Carrefour) une fois (le 11 avril dans « Le téléphone sonne ») ; Nicolas Bouzou une fois (dans « Le téléphone sonne » du 10 avril, où il était accompagné de deux autres semblables, dont Philippe Dessertine⁴)... Afin de diversifier un peu les invités économistes, Léa Salamé prend son courage à deux mains et sollicite le plagiaire Alain Minc le 6 mai dans la matinale⁵. Quelle audace ! Le recyclage des mêmes têtes n'épargne pas non plus les émissions « décalées » : le 25 mars, Charline Vanhoenacker et son équipe choisissaient de rediffuser l'épisode de « Par Jupiter ! » avec le journaliste économique de RTL François Lenglet... c'est vrai qu'un peu d'orthodoxie libérale (même s'il s'en défend parfois), ça manquait.

Injustement oublié, Élie Cohen se rattrape sur les autres chaînes du service public : le 10 mars, il passe sur France Info ; le 14 mars, il est invité sur France Culture et sur France Info ; le 31 mars, il se rend sur Public Sénat et Arte, et une nouvelle fois sur France Info le 9 avril. Mais c'est l'émission « C dans l'air », diffusée sur France 5, qui lui déroule un tapis plus rouge que rouge : Élie Cohen y a été convié quatre fois en un peu plus d'un mois⁶. Dans cette émission, les francs-tireurs de l'économie de marché sont comme des coqs en pâte : le directeur de la rédaction des *Échos* et chroniqueur sur France Inter Dominique Seux est passé trois fois en 15 jours dans l'émission, Philippe Dessertine, grand chantre du libéralisme économique, est intervenu six fois en deux mois. Les Économistes atterrés ? Aucune invitation. Les journalistes économiques critiques de l'économie de marché (il y en a à *Charlie Hebdo* ou à *L'Humanité*) ? Aucune invitation. On leur préfère naturellement Christophe Barbier...

LES MÊMES, TOUJOURS LES MÊMES

Si ces économistes omniprésents dans les médias depuis le début de la crise traînent dans les ministères, ils sont ceux qui chuchotent aussi à l'oreille du locataire de l'Élysée. Ainsi, Daniel Cohen, Philippe

Aghion, Patrick Artus, Élie Cohen, Jean Pisani-Ferry, Philippe Martin, Jean-Luc Tavernier et Laurence Boone sont allés déjeuner le 15 mai avec Emmanuel Macron. Ceux-là mêmes qui depuis quelques décennies, occupent le devant de la scène médiatique sur les questions économiques.

Pour mémoire, nous avons comptabilisé les invitations d'économistes dans les émissions de débats des chaînes publiques (France 2, France 3 et France 5) sur la période allant du 1^{er} janvier 2008 au 31 décembre 2012⁷. Au total, il y avait eu 401 invitations partagées entre 89 économistes. Et un déséquilibre flagrant : un oligopole de huit d'entre eux trustait plus de 50 % des invitations (206 sur 401).

Excepté Bernard Maris, ces économistes étaient tous aisément classables dans la catégorie des « orthodoxes », favorables à l'économie de marché parfois sans bornes (Michel Godet) ou parfois – un peu – régulée

(Daniel Cohen). Le plus présent était Élie Cohen, mais on retrouvait également Philippe Dessertine, Jacques Attali, Christian Saint-Étienne et l'incontournable Nicolas Bouzou. *Exit* donc, et sans successeur, l'hétérodoxe Maris, assassiné lors des attentats contre *Charlie Hebdo* (7 janvier 2015), et *exit* MM. Godet et Saint-Étienne, qui semblent sortis (provisoirement) des radars médiatiques. Pour le reste, Jacques Attali – chroniqueur à *L'Express* – est toujours bien présent.

Nous ne reviendrons pas ici sur les pronostics ratés à répétition des économistes plébiscités hier dans les médias, et qui conseillent les princes en continu depuis plus de vingt ans⁸. Le problème principal reste que les choix économiques qu'ils ont appuyés ont donné le « la » médiatique : les politiques d'austérité – ces « bêtises » pour reprendre le mot de Patrick Artus – qu'ils ont acclamées furent qualifiées d'« inévitables ». En face, ceux qui disaient – et écrivaient – que c'était

Le cas Bouzou

Si durant les mois de mars et avril 2020, quelques Économistes atterrés (David Cayla, Christophe Ramaux, Dany Lang, Benjamin Coriat, Nathalie Coutinet...) ont été invités à la télévision (six fois) ou à la radio (cinq fois)*, ce n'est pas le cas de Nicolas Bouzou. Non, ce n'est pas en allumant la télévision ou en écoutant la radio que nous pouvions suivre l'omniprésent expert. C'est en regardant Nicolas Bouzou qu'il était possible de se connecter aux médias. Telle une télécommande : à chaque numéro, une chaîne ! À chaque date, un média. Europe 1 ? Le 8 mai. « C dans l'air » sur France 5 ? Le 7 mai. Paris Première face à Zemmour et Naulleau ? Le 6 mai. CNews ? Oui, le 5 mai. *Les Échos* ? Une tribune le 5 mai aussi.

Un quotidien de droite ? Dans *Le Figaro*, le 2 mai. *L'Express* ? Également, le 3 mai. *Paris Match* ? Non... si, le 2 mai. Et sur France Info ? Le 30 avril. Avec Yann Barthès dans « Quotidien » sur TMC ? Naturellement : le 29 avril. Tous les jours, plusieurs fois par jour. *L'Expansion* : 29 avril ; CNews : 29 avril ; Skynews : 29 avril ; Huffingtonpost : 29 avril ; CNews : 28 avril ; JT de TF1 : 27 avril ; « C dans l'air » sur France 5 : 25 avril ; *L'Express* : 26 avril ; Arte : 23 avril ; Skynews : 22 avril ; Europe 1 : 22 avril ; Canal+ : 20 avril ; « C dans l'air » sur France 5 : 18 avril ; *L'Express* : 19 avril ; LCI : 16 avril ; *Journal du Dimanche* : 16 avril ; BFM-TV : 15 avril ; *L'Expansion* : 16 avril ; CNews : 14 avril ; Canal+ : 13 avril ; Europe 1 :

13 avril ; *Valeurs Actuelles* : 7 avril ; France Inter : 10 avril ; Radio Classique : 8 avril ; *Les Échos* : 6 avril ; « Quotidien » sur TMC : 7 avril ; Sud Radio : 7 avril ; *L'Expansion* : 1^{er} avril... *Ad nauseam*. Son omniprésence est telle qu'on en oublie son existence. Il est l'oxygène des médias, il fait partie des murs. Mais rappelons tout de même qu'il ne prend pas la parole – plusieurs fois par jour, donc – pour donner la recette de la pâte à crêpes, mais plutôt celle de la destruction des services publics**.

* D'après le comptage des Économistes atterrés, sur le site atterres.org.

** Lire sur le site d'Acrimed « Experts économiques sur Europe 1 : visionnaires jamais, faussaires toujours », 30 mars.



une «erreur», n'ont pas trouvé beaucoup de portes (ni de fenêtres) ouvertes dans les grands médias.

Or, quel constat tirons-nous en mai 2020 ? Ceux qui se sont le plus trompés – qui n'ont vu venir ni la crise des subprimes, ni celle de la zone euro –, ceux qui ont recommandé de faire des «bêtises» sont toujours surexposés par les médias (et dans les petits papiers des politiques). Pour livrer leurs «analyses» d'une crise dont ils ont plébiscité les causes pendant des décennies, et pour dresser les perspectives d'avenir ! Des médias aveuglés, routiniers, qui redoublent même l'offensive : fin avril, Sibyle Veil et la direction de Radio France scellaient un partenariat avec le très orthodoxe Cercle des économistes, projetant non seulement d'accueillir leur raout annuel dans les locaux du service public, mais également de promouvoir l'événement – et donc ses protagonistes – sur ses antennes⁹.

POURQUOI LES MÊMES ?

Et c'est à cet instant que se pose la question : pourquoi ? Pourquoi invite-t-on toujours les mêmes, avec leurs lots de «bêtises» et «d'erreurs» ? Ceux qui défendent l'économie de marché et qui sont peu regardants sur les dégâts du capitalisme ?

Pourquoi invite-t-on peu les keynésiens ? Et pourquoi n'invite-t-on jamais les économistes hétérodoxes ? Ceux d'Attac ? Les Économistes atterrés ? Frédéric Lordon ? Bernard Friot ? Ceux qui n'ont pas soutenu les politiques d'austérité ?

La réponse tient en quatre points :

1 Les économistes invités régulièrement dans les médias doivent être «des spécialistes de la pensée jetable», pour reprendre une expression de Pierre Bourdieu. Les meilleurs exemples sont Nicolas Bouzou ou Agnès Verdier-Molinier : entre le temps passé au maquillage avant les émissions de télévision et le temps passé dans les taxis, ils n'ont pas le loisir de construire un raisonnement économique original. Ils pensent par idées reçues, voguent au rythme des opinions dominantes, et recrachent la même tambouille à toutes les sauces : trop de fonctionnaires, trop d'État, pas assez de concurrence, pas assez de marché.

2 Ils doivent être disponibles. Autrement dit, malgré Zoom, Skype et Starleaf, ils habitent Paris et accourent dès qu'on les siffle. Au garde-à-vous, car ce sont de bons clients : concis, pédagogues, ils n'ont pas besoin de parler longtemps, puisqu'ils sont là tous les jours : leur discours tourne en boucle. Il est

**Dans la presse,
on lit plus de
sept fois par jour
le nom d'un
économiste qui
conseille
Bruno Le Maire.**

7. Lire «Les voix enchanteresses de l'économie», *Médiacritiques* n°5, oct.-déc. 2012, pp. 16-18.

8. Par exemple Daniel Cohen dans l'émission «Face à Minc» (Direct 8, 7 juin 2008) : «La crise financière est a priori passée. Le risque que la crise financière dérape en crise systémique où les banques tomberaient comme des dominos, ça, ça semble écarté.» Et un mois plus tard, les banques commencent à tomber comme des dominos...

9. Lire sur le site d'Acrimed le communiqué de la CGT Radio France : «Quand Radio France fait la promo des économistes macroniens», 9 mai.

10. Et si certains économistes hétérodoxes refusent les formats rabougris et les dispositifs médiocres des émissions de radio ou de télé (ce n'est pas Acrimed qui leur jettera la pierre !), ce n'est pas le cas de tous : de ce fait, ces derniers pourraient apparaître plus souvent à l'écran.

11. L'économiste a ainsi fait 16 passages dans l'émission dans les deux années suivant le départ d'Yves Calvi (en sept. 2016).

plus facile d'annoncer un catéchisme qui a déjà été claironné pendant trois décennies, que de prendre à rebrousse-poil des préjugés éculés et de déconstruire le discours dominant.

3 Ces sollicitations répétées découlent ensuite des pratiques des journalistes. Caractérisées, d'abord, par l'incompétence : «Beaucoup d'entre eux sont d'une paresse étonnante» explique d'ailleurs très bien... Patrick Artus (*Le Point*, 22 mars 2008). Ils n'invitent que ceux qu'ils connaissent. Nicolas Demorand, même s'il a reçu une fois Frédéric Lordon sur France Inter, a invité une quinzaine de fois Daniel Cohen dans les différentes émissions qu'il a présentées¹⁰. Les journalistes-animateurs occupant les mêmes fonctions au fil des décennies se copient les uns les autres, ne renouvellent pas leur carnet d'adresses et quand ils partent, le laissent à leurs successeurs (ainsi après le départ d'Yves Calvi de «C dans l'air», Caroline Roux, Bruce Toussaint ou Axel de Tarlé ont-ils continué à inviter les mêmes économistes, dans les mêmes proportions : Élie Cohen¹¹ et Philippe Dessertine en tête !) Ainsi préférera-t-on inviter ceux qui furèrent dans les coulisses du pouvoir (économiques, politiques) et s'inféoder aux éternelles mêmes sources – dont on rappelle qu'ils font partie ici du «pool de conseillers» officiel du gouvernement.

4 Enfin, pressions et routine débouchent, chez les programmeurs et autres journalistes moins «hauts placés», sur des phénomènes d'autocensure, au mieux, et au pire, sur une normalisation des réflexes : recourir aux mêmes pour des raisons idéologiques, en partie du moins, comme dans le cas du partenariat Radio France/Cercle des économistes évoqué plus haut. Ajoutons à cela que la dégradation des conditions de travail – impliquant notamment le défaut de spécialisation et le manque de temps – ne permet ni la réflexion, ni la recherche, et conforte la médiocrité.

Dans l'une de ses nombreuses interventions durant la période du confinement, Patrick Artus s'inquiète pour la suite : «S'il y a une deuxième vague aussi horrible, honnêtement, on change de monde, hein. (...) Si on refait la même chose, ce n'est plus du tout la même situation, on passe dans une économie, plutôt, genre «économie de guerre», où il faudra nationaliser toutes sortes de secteurs d'activités, peut-être les banques, peut-être il faudra fermer les marchés financiers. Donc on n'est plus du tout dans la même plaisanterie.» (Boursorama, 16 avr.) Trêve de plaisanterie donc : espérons cette fois-ci, puisque la crise économique et sociale est déjà là, que les cartons d'invitations médiatiques changent de main. ■

L'INSTITUT MONTAIGNE FAIT LA UNE: «TRAVAILLEZ PLUS!»

«L'obstination et ardeur d'opinion est la plus sûre preuve de bêtise.»

Michel de Montaigne, *Les Essais*, 1580.

C'est l'histoire d'une note. Comme il s'en publie de nombreuses chaque jour, échouées sur les bureaux de préparateurs d'émission, perdues aux confins des messageries des journalistes importants. Oui mais voilà... il arrive que certaines connaissent un destin exceptionnel dans les grands médias. Ce fut le cas de «Rebondir face au Covid-19: l'enjeu du temps de travail», éditée par le très inspiré Bertrand Marinot, expert économiste de l'Institut Montaigne – ou devrait-on dire lobby patronal. Publiée à l'aube du mercredi 6 mai, la note avance «neuf propositions pour adapter le temps de travail en contexte de crise». Déployant une novlangue patronale impeccable¹, le plan de bataille donne le tournis: augmenter le temps de travail (via des dérogations au temps de repos minimum quotidien, l'imposition de rachat de jours de RTT pour les salariés, etc.), permettre la progression des formations en dehors du temps de travail, supprimer un jour férié, de même qu'une semaine de vacances à la Toussaint, diminuer le nombre de RTT et déréguler le temps de travail dans la fonction publique. Un paquet cadeau soigneusement emballé, labellisé 100 % start-up: «équité, efficacité, souplesse» écrit le marchand au gros melon:



Bertrand Martinot
@BMartinot

Ma note sur le temps de travail, une réflexion absolument indispensable...

Cette énième contribution de l'Institut Montaigne au pilonnage des travailleurs et à la casse du droit du travail n'a rien d'innovant: elle remâche et recycle les vieilles marottes libérales. Pourtant, elle va littéralement «faire événement» dans les grands médias, au point de devenir un axe éditorial, autour duquel tourneront à la fois des articles de la presse nationale (dans sa totalité), de la PQR (dans une proportion moindre) mais également les émissions de débats. (Au moins) deux jours durant, un véritable rouleau compresseur s'est ainsi de nouveau mis en marche². Et pour cause... En plus de flatter l'idéologie qui structure les principaux tenants du système médiatique, ces propositions «choc» sont à la fois parfaitement normées et tapageuses. Elles garantissent donc une «polémique» quasi instantanée, mettent à l'aise les professionnels du commentaire, et entrent dans les clous du très en vogue «journalisme de solutions». La circulation circulaire de l'information, sa vitesse de propagation et l'absence totale de pluralisme parmi les commentateurs feront le reste.

1. «Assouplir les verrous juridiques» au lieu de «casser le droit du travail», «formules de rémunérations différées négociées» au lieu de «baisse des salaires des travailleurs», etc.

2. Au moins deux autres épisodes ont précédé: «Les 37 heures de Bruno Retailleau» et «Le "travailler plus" du Medef».

MONTAIGNE PARTOUT DANS LA PRESSE

Première sur le coup, la presse économique ne s'y trompe pas. Le 6 mai, *Les Échos* est fier de divulguer la publication « choc » en exclusivité, dès 6h du matin sur son site (et en Une du quotidien papier), faisant saliver ses confrères en promouvant « des propositions qui ne manqueront pas de faire réagir ».

Des propositions chocs pour relancer le débat sur le temps de travail

De manière concomitante, la think-tankeuse Lara Oliveau – responsable de la communication et des relations presse pour l'Institut Montaigne – fait son job en remerciant publiquement ses serveurs :



A la Une ce matin dans @LesEchos : l'enjeu du temps de travail décortiqué par @BMartinot pour @i_montaigne. #RebondirFaceAuCovid19 - @etiennelefebvre @AlainRuello

Si cette « nouvelle » circule initialement dans le petit milieu des affaires et des communicants³, l'effet de loupe de la presse généraliste ne se fait pas attendre. Propulsée par une dépêche AFP publiée peu avant 12h30, la note de l'Institut Montaigne se trouve ainsi traitée par pas moins de 15 titres en l'espace de cinq heures (plus de la moitié paraissent entre 12h et 14h)*.

Capital – « Le Jeudi de l'Ascension supprimé: l'idée choc de l'Institut Montaigne pour relancer l'activité »

L'Express – « Moins de RTT, suppression de jour férié... Les propositions choc de l'Institut Montaigne »

Le Monde – « L'Institut Montaigne souhaite une augmentation du temps de travail pour "rebondir face au Covid-19" »

Le Figaro – « Il faut relancer le débat sur le temps de travail, selon l'Institut Montaigne »

Libération – « Travailler plus ? Une question de "patriotisme économique", assure l'Institut Montaigne »

Le Parisien – « Travailler plus, supprimer des RTT, rogner sur les vacances: la note choc de l'Institut Montaigne »

Le Point – « Augmenter le temps de travail ou les impôts ? Le choix de l'Institut Montaigne »

La Provence – « Coronavirus: temps de travail allongé, un jour férié supprimé, vacances raccourcies... Les propositions de l'Institut Montaigne pour "rebondir" »

Le Télégramme – « L'Institut Montaigne plaide pour une augmentation du temps de travail »

Le Huffington Post – « Pour l'Institut Montaigne, les Français doivent travailler plus face à la crise »

Marianne – « Ô surprise, l'Institut Montaigne veut supprimer des vacances pour redresser l'économie après le Covid-19 »

La Croix – « Le think-tank l'Institut Montaigne préconise d'augmenter le temps de travail »

L'Indépendant – « Suppression de RTT, jours fériés et vacances scolaires... Ces propositions controversées pour relancer l'économie »

Ouest France – « Les propositions chocs de l'Institut Montaigne pour augmenter le temps de travail »

L'objectif est atteint. Que certains journaux parmi les 15 cités soient critiques des propositions n'est (pour l'instant) pas notre objet: l'Institut Montaigne confirme son statut d'interlocuteur « expert » privilégié chez les grands médias. Il lui suffit de lever le petit doigt pour qu'un cortège de « solutions » rétrogrades s'installe au cœur du débat public. Le « travailler plus » sera donc ce à quoi les lecteurs devront penser en ce 6 mai. Et ils seront en cela fortement aidés par les médias audiovisuels, auxquels la note Montaigne servira de cadrage pour nombre de chroniques et débats dans la journée (nous y reviendrons).

Cette mise à l'agenda, suivie d'une telle surexposition, est pourtant loin d'aller de soi! D'autres associations et collectifs, dont le champ de spécialité est précisément l'économie, mais également des syndicats de travailleurs ou des partis publient eux aussi régulièrement des notes ou des communiqués de presse en vue de faire connaître leurs publications et revendications. Pour les premiers, c'est le cas, par exemple, de la Fondation Copernic, des Économistes atterrés, d'Attac, etc.

Et il se trouve que deux jours avant la campagne de l'Institut Montaigne, le 4 mai, Attac publiait justement une note intitulée « Des mesures de justice fiscale face à la crise du Coronavirus! » Le document est bien présenté (critère essentiel pour les médias) et il est aussi didactique que celui de l'Institut Montaigne. « Prélever une contribution exceptionnelle sur le patrimoine des 1 % les plus riches », « Rétablir et rénover l'ISF », « Rétablir la progressivité de l'imposition des revenus financiers », « Supprimer les niches fiscales inutiles et les exonérations anti-écologiques », « Instaurer la taxation unitaire des multinationales pour lutter contre l'évasion fis-

Les propositions Montaigne garantissent la « polémique » et mettent à l'aise les professionnels du commentaire.

³. Relayée par exemple sur Twitter par BPI group, le vice-président d'IBM France, des directeurs d'agences de communication, etc.

⁴. A la traîne, *La Charente Libre* ne publiera le sien que le lendemain à 9h46. Faute de place dans le montage, nous n'avons pas non plus intégré le papier de *Midi-Libre*, paru le 6 mai dès 9h00.

cale», «Taxer l'ensemble des transactions financières» sont les six mesures proposées. Vous nous direz que le fond diffère... et nous vous répondrons que le traitement médiatique aussi:

Reporterre – «Attac veut sortir de la crise par la justice fiscale»

L'Humanité – «Fiscalité: Attac promet un gain de 128 milliards avec des impôts plus justes»

La disette! À en croire la recension de «Google actualités» (complétée par une recension maison), la médiatisation de la note d'Attac fut en effet maigrichonne et n'a pas fait autant de gros titres, Reporterre et *L'Humanité* n'étant par ailleurs nullement comptés au rang des médias «dominants»...

Cette criante disproportion n'est révélatrice, du reste, que de la domination ordinaire des grands médias, exerçant un pouvoir de mise à l'agenda, doublé d'un pouvoir de révélation et d'occultation. Comme nous l'écrivions en 2018⁵, «en déterminant quelles informations sont dignes d'être traitées, les médias définissent les événements qui font «l'actualité» [...]. Certaines questions n'accèdent jamais au débat public, quand d'autres font l'objet d'un traitement quasi obsessionnel, sans qu'aucune logique proprement journalistique puisse justifier ces asymétries dans leur couverture médiatique.»

Et nous poursuivions: «le problème n'est pas tant que les médias détiennent de facto le pouvoir de co-organiser et donc de peser sur l'espace public démocratique, mais la manière dont ils l'exercent. Quand des médias exercent ces pouvoirs continûment dans le même sens, ils exercent du même coup une domination effective: c'est en cela que les médias dominants sont dominants!»

Et c'est précisément ce «même sens» que nous continuons d'approfondir avec l'analyse «qualitative» du traitement dont ont bénéficié les propositions de l'Institut Montaigne... et on n'est pas dèçu!

LES GROSSIÈRES MANŒUVRES DU SERVICE PUBLIC

À commencer par celui que leur réserve le service public. Le 6 mai, la chaîne d'information en continu France Info se distinguait en effet au JT de 23h. Devant son écran tactile, la journaliste déroule une à une les propositions. Sans aucune contradiction, et sans aucune mise en contexte. Ou plutôt si... et c'est bien cela qui vaut le détour:

Oui, travailler plus. Tout simplement pour permettre un petit peu, eh bien, de rattraper le retard et les lourdes pertes économiques qui

ont été enregistrées. [...] C'est en tout cas le constat d'un rapport qui a été publié par l'Institut Montaigne. Il s'agit d'une association à but non lucratif qui conseille les pouvoirs publics pour leur donner des solutions sur toute une série de dossiers.

L'Institut Montaigne, cette petite association de quartier! Chapeauté, comme le signalait le journaliste indépendant Mickaël Correia sur Twitter, par un petit et modeste bureau⁶!



Membres de la direction de l'Institut Montaigne :

Le Président de Renault
La DG adjointe de Dassault Systèmes
Une directrice de BNP Paribas
Le PDG de La Poste
Le président du C.A. d'Engie
Un ancien DG d'Airbus
Deux ex-PDG d'Axa

Ce n'est pas un institut, c'est le patronat.

À ce stade, il n'est pas inutile de citer une enquête du *Monde diplomatique*⁷: «Soutenu notamment par LVMH, Total, Vinci et Carrefour, l'Institut Montaigne était en 2017, avec un budget de 5,9 millions d'euros, le plus riche des think tanks généralistes français.» L'auteur Grégory Rzepski décrivait les dispositifs fiscaux dont bénéficient ses petits mécènes aux buts non lucratifs, et rappelait qu'au même titre que l'Ifrap⁸, l'Institut Montaigne «profite de la défiscalisation des dons des particuliers et des entreprises». Il mentionnait également la contribution active du lobby à différentes campagnes politiques, dont celle d'Emmanuel Macron, duquel il est resté proche par la suite – son président Laurent Bigorgne ayant été, «en 2017, [...] désigné membre du Comité action publique 2022 (CAP22), installé par M. Édouard Philippe pour concevoir le projet de réforme de l'État.»

C'est donc peu dire que la présentation de France Info comporte quelques angles morts! Mais la chaîne info n'est pas la seule du service public à faire preuve d'une telle pudeur, ni à soigner les propositions de l'«association à but non lucratif». Quelques heures plus tôt, le 20h de France 2 proposait déjà une grande leçon de journalisme. Tout réside dans la construction du sujet, intitulé «Déconfinement: faudra-t-il travailler plus?», et dans la répartition de la parole...

La voix off débute sur des images – en arrière-plan, «dans un fond de panneau de paysage» disait Michel Naudy – d'ouvriers au travail:

Voilà à quoi ressemble désormais la vie sur un chantier. Des ouvriers qui se lavent les mains au milieu du béton, et une distanciation sociale organisée avec des échafaudages. Plus de trente

**“Aller chercher
l'argent des
dividendes?
Pour faire quoi?
Qui va le chercher?
Pour le mettre
à quel endroit?
Non!”**
Nicolas Doze

5. Voir «Le pouvoir des médias», *Médiacritiques* n°27, avr.-juin 2018, pp. 27-30.

6. Le «comité directeur» compte également au moins une sommité médiatique, en la personne d'Olivier Duhamel. Lire «À la télé, le déconfinement se passe merveilleusement bien (1/2)», Samuel Gontier, *Télérama*, 12 mai.

7. Grégory Rzepski, «Plongée dans l'univers des think tanks français. Ces viviers où prolifèrent les "experts" médiatiques», *Le Monde diplomatique*, décembre 2019.

8. Voir sur le site d'Acrimed «Agnès Verdier-Molinié, ou la "pédagogie" à coups de marteau: "sus à l'hôpital public"», 15 avril.

minutes perdues (sic) chaque jour pour appliquer les mesures sanitaires selon les professionnels.

Les «professionnels»? Ou les patrons? France 2 répond, en enchaînant avec Vincent Frayssinet (DG de la Fédération française du bâtiment Île-de-France Est), filmé sur un ouvrage avec un casque de chantier sur la tête (ça fait plus «professionnel»):

Ça va avoir un impact sur la durée des chantiers, et le fait de rallonger les chantiers rallonge les frais généraux de l'entreprise, et rallonge les coûts.

La transition est toute trouvée, la voix off redémarre:

– Voix off: *Pour rattraper ce temps perdu, un institut libéral fait une proposition choc: les salariés pourraient travailler plus sans gagner plus.*

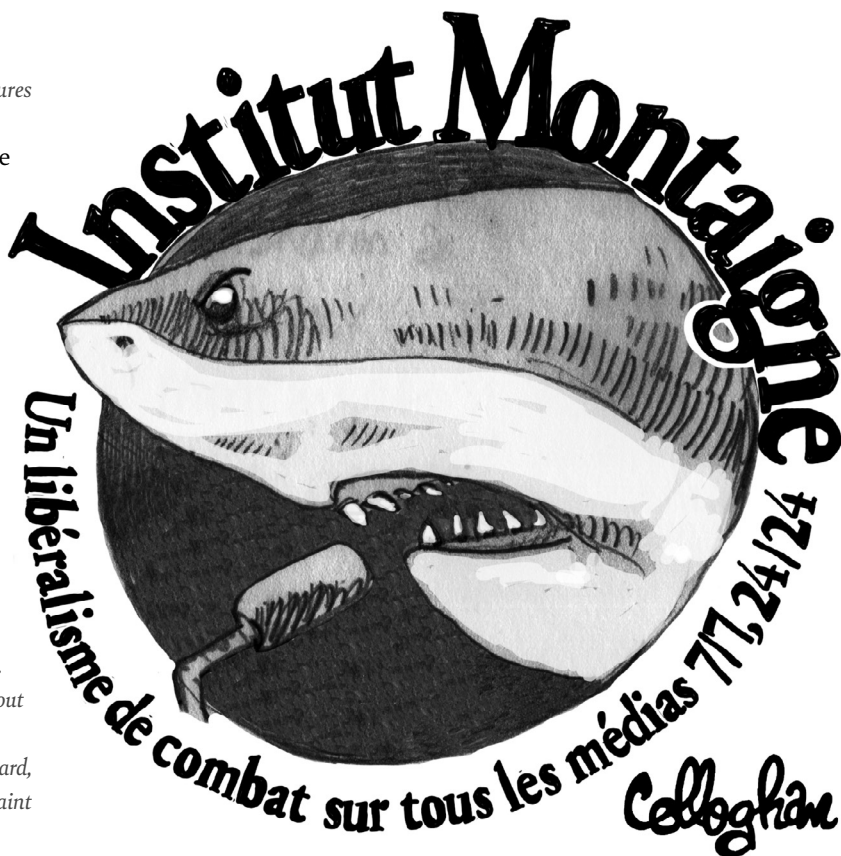
– Laurent Bigorgne (Institut Montaigne): *Il y a eu de la flexibilité sur le chômage partiel, tant mieux! Il fallait le faire. Il faut maintenant, au moment où on revient au travail, partout où on a besoin de travailler plus, qu'on puisse le faire.*

– Voix off: *Exemple: des heures supplémentaires payées plus tard, des RTT et jours fériés supprimés, et des vacances de la Toussaint raccourcies.*

Emballé c'est pesé! Pour la forme, le journaliste Guillaume Duval (*Alternatives Économiques*) aura 12 secondes pour expliquer en quoi «augmenter le temps de travail» est une «mauvaise idée», avant de céder sa place à un député LREM. Au début du sujet, un ouvrier s'exprimait quant à lui 10 secondes pour décrire des mesures logistiques. Mais France 2 n'a pas jugé utile de solliciter son avis sur les propositions Montaigne. Car sur le service public, chacun est bien à sa place: l'ouvrier indique le nombre d'échafaudages, le patron tonne contre les secondes perdues et les pertes encourues, l'expert dessine les perspectives économiques à venir.

À LA RADIO? LES FANATIQUES ET LES MODÉRÉMENT FANATIQUES

Quelles que soient les radios, ce n'est pas non plus du côté de l'éditocratie qu'on trouvera une diversité de points de vue (ou ne serait-ce qu'un semblant d'honnêteté) sur l'Institut Montaigne et ses propositions. Sur Europe 1 dans «La France bouge», Raphaëlle Duchemin et Pierre de Vilno déroulent le tapis rouge à l'auteur de la note, reçu par téléphone: «On ouvre une parenthèse et on la refermera quand ça ira mieux» assure l'une; «Vous allez vous faire des amis hein!» plaisante l'autre. Sur France Inter, Dominique Seux joue les prudents. Directeur délégué de la rédaction du quotidien ayant mis à la Une les mesures de l'Institut Montaigne, l'éditorialiste est bien informé, mais prend les auditeurs



pour des benêts en choisissant la voie des sous-entendus et de la pédagogie dissimulée:

Ces jours-ci, tous les professionnels – les lobbies dira-t-on – arrivent avec leur sèbile à l'Élysée – Matignon et Bercy – en ressortant des cartons toutes les idées plus ou moins neuves. C'est inévitable et peut-être nécessaire.

Du côté de RTL, au début de sa causerie quotidienne avec la directrice de l'information Catherine Mangin, François Lenglet ne semblait quant à lui pas emballé. Non que les mesures lui déplaisent fondamentalement sur le fond. Mais l'éditocrate a la flemme: *Imaginer un reengineering (sic) complet du droit de travail, franchement, on n'a pas besoin de ça. En France ça débouche toooujours sur des polémiques incessantes, des manifestations! On a plutôt besoin de consensus social ces temps-ci.*

C'est donc là le principal point de désaccord dans l'éditocratie, divisée entre fanatiques et modérés: *grosso modo*, les premiers trouvent les mesures géniales, les secondes les trouvent géniales mais pas «dans le timing». Ce que confirme par la suite Lenglet François, affirmant d'abord que «la solution de l'Institut Montaigne a l'avantage de faire baisser les charges de l'entreprise», avant de déclarer sa flamme à la «flexibilité», arguant que «dans le monde idéal», la «bonne solution, c'est évidemment de négocier ça branche par branche ou peut-être même entreprise par entreprise». Un brainstorming fort productif en fin de compte, François Lenglet terminant même par évoquer, avec nostalgie... la réforme des

retraites (« C'est vrai que pour un système social généreux, efficace, et bien doté [...] il faut de l'argent. [...] La bonne idée, c'est probablement plutôt d'allonger la carrière, c'est à dire d'augmenter le nombre d'années que nous passerons au travail. »)

Et dans ce « grand débat » agité entre fanatiques et demi-portions, certains ont encore mis moins de temps à se positionner. C'est notamment le cas de BFM-TV et RMC, ayant toujours eu un lien privilégié avec l'Institut Montaigne⁹.

BFM-TV ET RMC SORTENT L'ARTILLERIE LOURDE

Dès le matin du 6 mai en effet, revendiquant « l'exclusivité » chacune leur tour, les chaînes d'info se sont littéralement mises en branle. Ça tombait plutôt bien: Laurent Bigorgne et Bertrand Martinot, respectivement directeur de l'Institut Montaigne et économiste du lobby auteur de la note, avaient semble-t-il tous deux pris leur journée!

Bertrand Martinot attaque dès 8h sur LCI dans « La matinale » de Pascale de la Tour Du Pin¹⁰. À 10h30, Laurent Bigorgne le relaie dans le « Live BFM ». Puis remontée de Bertrand Martinot: il est à 12h dans le « Midi News » de Sonia Mabrouk (CNews) puis sur BFM-TV à 17h dans la « Story » d'Olivier Truchot. Fin de partie: Laurent Bigorgne ne décrochera qu'un court passage dans un reportage du 20h de France 2. Mais ça repart le lendemain! Bertrand Martinot est seul en course avec, à 8h10, un tête-à-tête avec Jean-Jacques Bourdin (RMC). Il bascule au « Petit Déj Actu » sur Sud Radio, revient sur RMC parmi les « Grandes Gueules » aux alentours de 10h, puis fait un arrêt sur BFM-TV à 11h40. Le 8 mai, c'est la Bérézina: seule Sud Radio lui accorde un fauteuil aux « Vraies Voix » à 17h¹¹.

Commençons par la toute première émission. Sur LCI donc, à la suite de l'exposé de Bertrand Martinot, la matinalière Pascale de la Tour du Pin s'inquiète. Mais uniquement de savoir si « ça peut passer », et si la note « a une chance d'être entendue au gouvernement » ! Elle ne le sait pas encore, mais dès le lendemain (7 mai), à l'occasion de la conférence de presse Édouard Philippe/Olivier Véran, une consœur posera la question:

Une question de BFM: face au coup de frein économique, êtes-vous favorable à l'idée de travailler davantage, en supprimant un jour férié par exemple, comme le préconise l'Institut Montaigne? Je complète par une question de l'AFP qui va dans le même sens: le gouvernement est-il favorable à une augmentation du temps de travail?

Du reste, Pascale de la Tour Du Pin n'aura pas l'ombre d'une objection à opposer à Bertrand Martinot. C'est également une promenade de santé que se paye Laurent Bigorgne deux heures plus tard sur BFM-TV. 10h30: « Bonjour Laurent Bigorgne, merci d'être avec nous.

[...] Vous publiez un rapport qui propose des pistes. Des pistes pour soutenir l'économie française après le 11 mai. Quelles sont les principales pistes? » Et Bigorne ne se fait pas prier: « Je pense qu'il faut partir de la raison. Parce que le temps de travail, c'est un débat idéologique en France, et il faut surtout rien prendre par idéologie en ce moment. Il faut être extraordinairement pragmatique. »

Parfaitement rompu à l'exercice, reçu en toute courtoisie, le président du lobby déroule son argumentaire sans aucune interruption de la part du présentateur (fait rare). Pour honorer la mascarade du pluralisme, Éric Coquerel (France insoumise) est invité à s'exprimer environ... trois minutes. Fin de la contradiction, place aux poids lourds du journalisme économique. Il est 11h. À peine sortie du four, l'interview de Laurent Bigorgne est recyclée en introduction. Ce qui a laissé le temps à l'illustre Gaétane Meslin, « journaliste éco et social » d'apprendre par cœur les éléments de langage:

L'Institut Montaigne propose de supprimer la première semaine des vacances scolaires de la Toussaint en 2020. L'idée, c'est tout simplement de permettre aux élèves de récupérer ce qu'ils ont perdu pendant le confinement.

Ben voyons!

Nicolas Doze, le journaliste du « un pays pauvre est d'abord un pays qui n'a plus de riches », lui succède:

– Thomas Misrachi: *Nicolas Doze, ces mesures seraient-elles efficaces pour soutenir l'économie?*

– Nicolas Doze: *Oui. Oui, oui! [...] Oui, c'est clairement efficace. Mais attention! [...] C'est pas la peine de s'écharper tout de suite sur cette histoire.*

– Thomas Misrachi: *On va attendre demain!*

– Nicolas Doze: *Attention à l'hystérie: « Ah ça y est les 35 heeuuures! » Non, non, c'est pas ça du tout. [...] Imaginer des accords d'entreprise qui, de manière temporaire, prennent des décisions qu'on n'aurait pas imaginées avant cette crise, ça ne semble pas tout à fait scandaleux et ça sera efficace pour relancer la production.*

Tout le monde est au diapason. Mais Nicolas Doze veut tout de même s'assurer que le périmètre de la pensée acceptable est bien balisé:

Aller chercher l'argent des dividendes? Pour faire quoi? Qui va le chercher? Pour le mettre à quel endroit? Non! Là, il y a le capital humain qui est absolument essentiel, et la quantité de production dépend de la quantité du travail produit.

Circulez les gauchistes! 11h48. Laurent Misrachi et Gaétane Meslin persistent dans le service après-vente en rabâchant les mesures Montaigne une nouvelle fois. Puis, la mine déconfite, le premier lit une dépêche qui tombe à pic: « Des chiffres qui font mal, ils viennent d'être publiés à l'instant par la Commission européenne. Le PIB de la France devrait reculer, tenez-vous bien... de 8,2 %. [Gaétane Meslin: C'est une fourchette basse.] »

Vous avez dit «fabrique du consentement»? Et vous avez bien fait. Car BFM-TV ne compte pas en rester là. Alors que les mesures de casse sociale ponctuent le flux de la chaîne comme une rengaine, à 17h40, c'est le coup de grâce. «On va s'intéresser aux propositions choc de l'Institut Montaigne» annonce Olivier Truchot. C'est vrai que ça faisait longtemps! «Ces propositions, en fait, l'idée c'est d'assouplir les verrous juridiques persistants.» Mot pour mot la formule employée dans le rapport: l'animateur peut candidater à l'Institut Montaigne (ou écrire la note suivante) en toute sérénité, et il va pour cela faire beaucoup de zèle.

Le plateau synthétise, à lui tout seul, l'état du pluralisme dans les grands médias: Bertrand Martinot (l'auteur de la note donc) en compagnie... d'Éric Brunet, Emmanuel Lechypre, Magali Chalais (de BFM-TV) et Ian Brossat (PCF) pour le décorum. Dans de telles conditions, il se passe ce qu'il doit inévitablement se passer. «Monsieur Martinot! Vous voulez mettre la France dans la rue?!» s'esclaffe Truchot avant qu'Éric Brunet dégoupille:

La société française est tellement prise dans une gangue d'immobilisme que vous imaginez bien que jamais, jamais on va supprimer une journée de congé pour qu'elle devienne une journée travaillée! Sur le papier, c'est plein de bon sens ce que dit l'Institut Montaigne. Pardon, mais travailler une journée de plus dans le pays des 35 heures, ça ne me paraît pas anachronique! Je rappelle que les infirmières allemandes travaillent 40 heures. La réalité, c'est que la question de cette crise, c'est pas une question de moyens, c'est aussi une question de réorganisation.

BFM-TV applaudit (aux fenêtres). Emmanuel Lechypre enchaîne en affirmant qu'«il n'y a pas une crise parce que les gens n'ont plus d'argent» – toutes les personnes qui se retrouvent à la rue, au chômage ou qui n'ont plus de quoi s'acheter à manger confirmeront. Truchot et lui se donnent ensuite la réplique:

– Emmanuel Lechypre: *Il faut travailler plus. Dans beaucoup de secteurs, il va falloir rattraper toutes les semaines qui n'ont pas été travaillées, donc il va bien falloir que les gens travaillent plus!*

– Olivier Truchot: *Sans doute cet été! [...]*

– E. L.: *Pour les restos [...], il va falloir qu'ils travaillent et le midi et le soir.*

– O. T.: *Et le dimanche.*

– E. L.: *Bah oui! [...] Donc ça aussi, il va bien falloir qu'on travaille plus longtemps si les entreprises veulent survivre!*

– O. T.: *Donc il faut aussi des journées plus longues.*

«Travailler une journée de plus dans le pays des 35 heures, ça ne me paraît pas anachronique! Les infirmières allemandes travaillent 40 heures.»
Éric Brunet

9. «Pendant la campagne de 2012, il a fallu une intervention du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour que BFM-TV, BFM Radio ou RMC cessent de diffuser des spots de l'Institut Montaigne vantant des propositions très proches de celles du candidat Nicolas Sarkozy.» Grégory Rzepski, art.cit.

10. La chaîne d'info consacrait déjà, depuis 6h30, un sujet de ses journaux au rapport de l'Institut.

11. Cette recension ne prétend pas à l'exhaustivité.

– E. L.: *Des plages d'ouverture plus grandes et cætera, et cætera. Le choix, c'est si on ne veut pas travailler plus, c'est plus d'entreprises qui vont faire faillite et donc plus de chômage. L'Institut Montaigne, ils ne proposent pas tant de choses que ça, il y a déjà presque tout!*

Un dispositif aussi déséquilibré illustre, une fois de plus, les limites de la participation à de tels débats. Non que Ian Brossat démérite, mais la charge est trop forte, notamment lorsqu'Olivier Truchot lui pose sa deuxième question:

Monsieur Brossat, vous êtes effectivement très critique contre les propositions de l'Institut Montaigne, mais quelles sont vos propositions? On change rien hein?! La crise nous frappe et on bouge pas?!

Nous concluons par une citation d'Éric Brunet, qui restera gravée dans le marbre d'un monde médiatique à détruire:

– *Il y a un point qui est dur. Parce que sur le plan émotionnel, ça trouble un peu le débat lorsqu'on parle de la durée du temps de travail des fonctionnaires, et qu'on convoque l'image des infirmières. Parce que c'est vrai que les infirmières, sur le plan émotionnel, c'est très fort. On se dit «Oulala! L'infirmière, j'ai pas du tout envie qu'elle travaille plus. Elle est surchargée, elle s'en sort pas.»*

– Olivier Truchot: *Faut qu'elle se repose quoi.*

– Éric Brunet: *Mais sur les 5 millions et quelques de fonctionnaires, c'est pas 5 millions d'infirmières.*

– Olivier Truchot: *Alors ce sont lesquels que vous voulez faire travailler plus?*

Le bétail attend le verdict des éditocrates.

Olivier Truchot remettra le couvert dès le lendemain après-midi sur la même chaîne, et même avant, à la radio (RMC), où il préside l'éminente confrérie des «Grandes Gueules»: «En France, on travaille moins qu'ailleurs, et ça, c'est une réalité d'avant virus! [...] Je pense que les patrons du CAC40 bossent plus que la plupart d'entre nous!» À cette occasion, il redonnera la parole à Bertrand Martinot, qui n'aura pas eu à couper la visioconférence très longtemps: quelques minutes plus tôt, à 8h10, ce dernier répondait aux questions de Jean-Jacques Bourdin sur la même station!

Et pourtant, et pourtant... cette mascarade n'a pas contenté Bertrand Martinot. Dépit par tant d'acharnement contre ses propositions, l'expert en est réduit à relayer les traits de génie de Brice Couturier, journaliste à France Culture, fantasmant un «parti des médias» vent debout contre le capitalisme:



Comme on le comprend! ■

Une déclaration d'Acrimed qui invite les économistes à gages, les chroniqueurs et les éditocrates qui depuis trente ans chantent les louanges du libéralisme, à se taire au nom du pluralisme comme de la décence la plus élémentaire.

Voilà trente ans que les libéraux occupent tout l'espace médiatique, chantent les louanges de la mondialisation heureuse, de l'Europe des marchés, et de la baisse des déficits publics.

Trente années que ces zélés du capitalisme nous abreuvant de doctrines libérales qui causent les crises, détruisent les emplois et bouleversent le climat.

Trente années qu'ils braillent contre les dépenses de l'État, appellent à réduire son périmètre, enjoignent d'alléger la pression fiscale, acclament la concurrence et roucoulent dès que l'on réduit le nombre de fonctionnaires.

Trente années qu'ils accompagnent la casse du droit du travail, qu'ils se félicitent des dividendes offerts aux actionnaires, prêchent inlassablement le « mérite » des riches et des rentiers.

Trente années qu'ils accablent les travailleurs et les plus démunis, les « tire-au-flanc » et les « privilégiés » dans leurs médias gavés de subventions publiques.

Trente années que ces spécialistes de la pensée jetable se trompent sur tout. Qu'ils célèbrent la finance triomphante à la veille de la crise des *subprimes*. Qu'ils vantent la « solidarité européenne » quand sont imposées des coupes drastiques aux pays en difficulté. Qu'ils applaudissent, malgré la crise climatique, le capitalisme et le consumérisme effréné dans leurs médias saturés de publicités.

Trente années que les économistes à gages – qui cachetonnent dans les conseils d'administration des grandes entreprises du CAC40 – les chroniqueurs libéraux ou les simples éditocrates cadennassent la parole et monopolisent des plateaux faits par eux et pour eux.

De « l'État obèse » et « boursoufflé » fustigé par Laurent Joffrin dans les années 1980 à la « suppression de la cinquième semaine de congés payés » prônée par Christophe Barbier en 2011, en passant par « la mondialisation heureuse » appelée de ses vœux par Alain Minc à la veille des années 2000, ils ont asséné tant de fois le même discours, le même message, qu'il est connu de tous, et par cœur : « Vive l'individualisme et le marché » ; « À bas la solidarité et la puissance publique » !

Aujourd'hui, en pleine crise sanitaire, certains retournent (une nouvelle fois) leur veste : c'est l'État tant honni qui est appelé à la rescousse. Mais alors que le système de santé est à bout de souffle du fait des politiques libérales et des coupes budgétaires, alors que des vies sont en jeu, que penser des sommations à la « baisse des dépenses de santé » d'Éric Le Boucher ? Que penser des prophéties de Nicolas Bouzou en 2014, selon lesquelles « dans 10 ans, nous aurons deux fois trop de lits d'hôpitaux » ? Que penser des cris d'orfraie d'Agnès Verdier-Molinié contre « le taux d'absentéisme très élevé qu'il y a dans nos hôpitaux publics » ? Que penser enfin, en pleine crise du Covid-19, des railleries d'Yves Calvi contre « la pleurniche permanente hospitalière » (12 mars 2020) ?

Aujourd'hui plus que jamais, après ces trente années de captation de l'antenne, il est temps qu'ils se taisent.

Au nom du pluralisme comme au nom de la décence la plus élémentaire, nous demandons à Jacques Attali, Ruth Elkrief, Dominique Seux, Axel de Tarlé, Alain Minc, Jean Quatremer, Christine Ockrent, Jean-Michel Apathie, Nicolas Baverez, Alain Duhamel, Christophe Barbier, Brice Couturier, Jacques Julliard, Franz-Olivier Giesbert, Arnaud Leparmentier, Éric Le Boucher, Nicolas Beytout, Yves de Kerdrel, Élie Cohen, Christian de Boissieu, Raphaël Enthoven, François Lenglet, Daniel Cohen, Patrick Artus, Christian Menanteau, Éric Brunet, Yves Calvi, Laurent

Joffrin, David Pujadas, Yves Thérard, François de Closets, Pascal Perri, Nicolas Doze, Jean-Marc Sylvestre, Nicolas Bouzou, Jean-Hervé Lorenzi, Olivier Truchot, Dominique Reynié, Philippe Dessertine, Agnès Verdier-Molinié et consorts, de ne plus prendre la parole dans les médias pendant trente ans.

Nous demandons également aux médias qui les emploient ou qui les invitent – et *a fortiori* les médias du secteur public – d'en profiter pour laisser la place, et faire entendre d'autres voix (qui ne soient pas leurs clones) pendant trente ans. Dans trente ans, alors, on pourra débattre à armes égales. ■

**AU
NOM DU
PLURALISME**

...

Plus de trente ans de fulgurances pro-marché

1984, Serge July et Laurent Joffrin: «Comme ces vieilles forteresses [...], la masse grisâtre de l'État français ressemble de plus en plus à un château fort inutile. La vie est ailleurs, elle sourd de la crise, par l'entreprise, par l'initiative, par la communication.» (Hors-série de Libération)

1991, Nicolas Beytout: «La France fait toujours bande à part, incapable de choisir, comme le dit Michel Albert, entre "capitalisme chénan" et "capitalisme néo-américain".» (Les Échos)

1996, Élie Cohen: «La politique monétaire est tellement importante qu'il faut la faire échapper au processus politique démocratique classique.» (La Tentation hexagonale, Fayard)

1997, Alain Minc: «La mondialisation est à l'économie ce que l'air est à l'individu ou la pomme à la gravitation universelle.» (Le JDD)

1998, Daniel Cohn-Bendit: «Je suis pour le capitalisme et l'économie de marché.» (Une envie de politique, La Découverte)

1998, Christine Ockrent: «Les patrons en France ont mauvaise presse. On les entend à peine dans le débat public. Cette filiosité des grands patrons à s'exprimer sur des sujets d'intérêt général constitue une vraie carence de la démocratie.» (Les Grands patrons, Plon)

1999, Laurent Joffrin: «Décidément, définitivement, la France a choisi la modernité. Ainsi, il ne s'agit plus de se battre pour ou contre l'Europe: l'Europe est faite; pour ou contre la mondialisation: elle est inéluctable; pour ou contre la flexibilité: il y en a un bon usage; pour ou contre l'économie de marché: elle est là et personne ne songe plus à la remplacer, y compris à l'extrême-gauche.» (Le Nouvel Observateur)

1999, Jacques Attali: «La libéralisation des échanges est une nécessité. Elle doit se poursuivre.» (Capital)

2000, Philippe Val: «Il ne peut y avoir de démocratie sans marché.» (Charlie Hebdo)

2002, Arnaud Leparmentier: «Depuis vingt ans, les États européens ont fait

le mauvais choix. Ils n'ont guère augmenté leurs dépenses régaliennes [...]. En revanche, l'État social (santé, retraites, allocations familiales, chômage, aide au logement, RMI) ne cesse de progresser.» (Le Monde)

2003, Jean-Marie Colombani: «Nous devons souscrire d'autant plus naturellement à l'économie de marché que nous jouons chaque jour notre vie.» (Acteurs de l'économie)

2003, Alain Duhamel: «C'était [...] une erreur et une facilité de continuer comme on l'a fait le recrutement des fonctionnaires. Là, il y a à mon avis une bastille à prendre. Les statuts de 1945 sont des anachronismes qu'il faut évidemment modifier.» (Le Point)

2003, Daniel Cohen: «Une fois avalées quelques dernières pilules amères, comme l'ouverture du capital d'EDF, la France aura accompli le gros de l'adaptation à l'Europe et au monde qui empoisonne sa vie depuis vingt ans.» (Le Monde)

2005, Jean-Marc Sylvestre: «[Le libéralisme est] le meilleur système. La guerre économique fait moins de victimes que les guerres militaires ou religieuses.» (VSD)

2005, Patrick Artus: «Ce qu'il faudrait aujourd'hui pour entamer vraiment la réforme de l'État, c'est une rupture, un choc. Cela passerait par la remise en cause globale du statut de la fonction publique et la disparition des corps de métiers par ministères.» (Challenges)

2006, Jean-Michel Apathie: «La France se retrouve aujourd'hui lourde de 4,7 millions de fonctionnaires, record d'Europe, du monde et de l'Univers, pour la stratosphère seule Pluton fait mieux.» (Blog RTL)

2007, Bernard-Henri Lévy: «À force de ne pas assumer ce qu'elle est, à savoir une gauche de gouvernement - responsable, moderne, libérale, compatible avec l'économie de marché -, la gauche est aujourd'hui gagnée par une nouvelle tentation totalitaire.» (Le Parisien)

2009, Raphaël Enthoven: «Pour le meilleur et le pire, l'économie de marché est la dot de la démocratie dont l'égoïsme

individuel est paradoxalement à la fois le pire ennemi et la meilleure garantie.» (La Tribune)

2011, Yves Calvi: «Le seul enjeu de 2012 ne doit-il pas être la réduction de la dette française et les moyens proposés pour y arriver?» (France 5)

2012, Éric Brunet: «Je défends l'idée, àprement, et vous savez que j'y suis attaché, que l'État devrait dépenser moins avant de penser à augmenter nos impôts. D'abord, des économies! Et des vraies économies! Des vraies économies mesdames, messieurs!» (RMC)

2012, Christophe Barbier: «Il ne s'agit pas de dépenser moins, il s'agit de dépenser beaucoup moins, et vite. Des augmentations promises pour diverses allocations aux 60 000 postes prévus dans l'Éducation, la liste de ce qui n'est pas raisonnable est fort longue.» (L'Express)

2013, Ivan Rioufol: «Derrière la défense du "modèle social" se dissimule l'incapacité du pouvoir à admettre la faillite de l'État-mamma. Elle oblige à réduire les aides et les redistributions.» (Le Figaro)

2013, Axel de Tarlé: «L'austérité, ça paye. [...] La recette allemande, qui prône l'effort, fonctionne: il suffisait de perdre quelques kilos pour courir plus vite!» (Le JDD)

2013, Dominique Seux: «Les dépenses publiques, si rien n'est fait, seront en 2014, pour la première fois, les plus élevées des 27 pays européens [...]. À ce niveau, ce n'est plus de l'aspirine, c'est de la morphine, c'est-à-dire une drogue.» (Les Échos)

2014, Agnès Verdier-Moliné: «Il ne faut pas dire: "Dans l'éducation on ne fera pas d'économie, sur la question du chômage on ne fera pas d'économie, ou sur les départements on ne fera pas d'économie". Il faut que tout le monde participe à l'effort d'économies.» (BFM-TV)

2015, David Pujadas: «Est-ce que [la réforme] va alléger ceci: le fameux code du travail avec ses près d'un kilo et demi?» (France 2)

2015, Ruth Elkrief: «Si les réformes de l'Eurogroupe ne sont pas faites, alors on

créé la dette de demain, et donc on ne règle rien, on continue à creuser cette dette pour les cinquante prochaines années.» (BFM-TV, à propos de la Grèce)

2017, Franz-Olivier Giesbert: «Je n'oserais parler d'embrigadement idéologique mais force est de constater que la France est un pays où l'on apprend, dès la petite enfance, que tous nos ennuis viennent de l'ultralibéralisme, souvent qualifié de "sauvage".» (La Revue des deux mondes)

2018, Nicolas Doze: «Rétablir l'ISF se comprend politiquement, mais n'est pas défendable économiquement. [...] Un pays pauvre est d'abord un pays qui n'a plus de riches.» (BFM-TV)

2019, François Lenglet: «Quand la santé est gratuite, la demande est illimitée! On trouve des gens qui n'ont rien à faire aux urgences mais qui viennent car c'est gratuit.» (LCI)

2019, Éric Le Bouché: «Les grèves à l'hôpital ou celle du 5 décembre portent, une fois encore, sur "l'insuffisance des moyens". Avec 56 % du PIB, la France est au premier rang de dépenses publiques. Ce "pognon de dingue", comme dit M. Macron, est amassé chaque année par des prélèvements croissants aux dépens de la compétitivité du pays. Qui peut imaginer sérieusement qu'il est souhaitable et possible de poursuivre indéfiniment dans cette voie?» (Les Échos)

2019, Nicolas Beytout: «Dommage [que le gouvernement] n'ait pas profité de ce moment de générosité pour exiger en retour [des hôpitaux] quelques mesures fortes de réorganisation et de chasse aux dépenses inutiles, dans un secteur qui en compte tant.» (L'Opinion)

2019, Brice Couturier: «Il faut à présent s'attaquer aux principaux facteurs de blocage de notre économie: les innombrables incitations à travailler moins et à profiter plus que comporte un système social obèse, au bord de la paralysie.» (Le Figaro)

2020, Nicolas Bouzou: «Le débat absolu après la crise, ce sera la croissance. Le seul moyen de solvabiliser nos finances publiques, ce sera la croissance. Et la croissance à court terme, ce sera de travailler plus.» (CNews)

« COMLOTISME »

« Le virus du complotisme », titre *La Dépêche* le 5 avril 2020. La formule fait écho aux théories conspirationnistes nées à la faveur de la crise du Covid, allant jusqu'à recueillir de larges audiences sur Internet¹. « 25 % de la population est dans une lecture du monde complotiste » lancera, sans trop s'embarrasser de nuances, le sondologue Jérôme Fourquet au micro de Léa Salamé le 16 juin².

Mais qu'est-ce qu'un complot ? Selon le Dictionnaire historique de la langue française, le mot désigne au XI^e siècle une « foule compacte » avant de dériver vers la notion de « projet collectif secret ». Des projets collectifs secrets bien réels, il y en a toujours eu. Mais aussi des croyances délirantes en de prétendus projets secrets. Le coup d'État fomenté par la CIA au Chili en 1973 fait partie des premiers; l'organisation secrète des Illuminati, des seconds³.

En matière de complotisme, nombreux sont les journalistes à jeter l'opprobre sur les réseaux sociaux, comme Léa Salamé, pointant du doigt « la population sensible à ces thèses-là, qui s'informe sur les réseaux sociaux et défiante des médias »; rares sont ceux qui balaient devant leur porte. Oubliant, d'une part, que les récits complotistes sont promus jusque quotidiennement par des chaînes de télé conventionnées par le CSA. Ivan Rioufol ne déclarait-il pas sur CNews: « Heureusement qu'il y a la fachosphère aujourd'hui car c'est là où se disent les vérités » ? (« L'heure des pros », 15 juin) Ladite « fachosphère » étant un vivier de thèses conspirationnistes, comme celle du « grand remplacement », mythe d'une invasion migratoire organisée. LCI et CNews ne déroulent-ils pas un tapis rouge à la rédactrice en chef de Boulevard Voltaire, autre site d'extrême droite maintes fois épinglé pour ses théories fumeuses⁴ ? André Bercoff, familier des rhétoriques complotistes – sur l'origine prétendument volontaire

de l'incendie de Notre-Dame par exemple – n'a-t-il pas son rond de serviette chez David Pujadas (LCI) ? N'anime-t-il pas une quotidienne de « décryptage de l'actualité » sur Sud Radio ? Etc.

Au-delà du cas de ces chroniqueurs, les grands médias seraient sans doute inspirés de questionner la qualité de l'information qu'ils produisent. En cette période de crise sanitaire, alors qu'elle permettrait d'étouffer les spéculations et de couper court aux théories du complot, l'enquête a été trop souvent délaissée, et le commentaire médical confié au tout-venant. La rarefaction des journalistes spécialisés a aggravé la pauvreté de l'information scientifique. Le cas de la chloroquine, traité comme un vulgaire feuilleton à rebondissements par les chaînes d'info en est une illustration.

Le relai complaisant des mensonges gouvernementaux pendant le confinement en est une autre. Comment dès lors s'étonner de la défiance tant décriée vis-à-vis des médias traditionnels ? Défiance dont se nourrissent justement les spéculations et thèses conspirationnistes...

On le voit: faute d'interroger l'écosystème de l'information dans son ensemble, la lutte contre le complotisme rate une partie de sa cible... Sans compter que certains éditocrates savent opportunément dégainer l'étiquette « complotiste » afin de délégitimer toute remise en question des discours officiels et du système capitaliste. Des critiques pointent les mensonges du gouvernement autour de l'incendie de Lubrizol ? Christine Ockrent s'indigne contre « cet affreux cancer du complotisme » (France Info, 30 sept. 2019). Une journaliste retrace en BD des années d'enquête autour de l'agroalimentaire en Bretagne et en cartographie les lobbys (voir p. 44) ? Hubert Coudurier, directeur de l'information du *Télégramme*, dira de l'ouvrage qu'il a des « relents un peu complotistes »⁵. Les chiens de garde n'ont pas de limite. ■



1. Voir « Coronavirus : comment la rhétorique complotiste détourne la science en période d'épidémie », *Le Monde*, 8 avril.

2. À propos des études de l'IFOP, menées avec la Fondation Jean Jaurès et Conspiracy Watch, lire sur le site d'Acrimed « Complotisme : fake news à la Une », mars 2018.

3. Voir *Médiacritiques* n°11, avr.-juin 2014, pp. 15-27.

4. Lire sur le site d'Acrimed « Gabrielle Cluzel (Boulevard Voltaire) : CNews et LCI installent la "fachosphère" sur leurs plateaux » (avr. 2019).

5. Tébéo TV, 10 juin. Repéré par le journaliste Sylvain Ernault.

LES INJONCTIONS ASSOURDISSANTES DES MAGAZINES FÉMININS

Le confinement offre un terrain d'expression inépuisable aux injonctions traditionnelles des magazines féminins. À la clé, une vision du monde individualiste et soumise aux normes dominantes de genre et de classe.

Aux premiers jours du confinement, le 19 mars, *Biba* publiait un éditorial en forme de rappel à l'ordre :

Comment allez-vous, chères lectrices ? On espère que bien, très bien. Que vous êtes confortablement installées chez vous, avec vos proches, en bas de pyjama-chaussettes pilou et... chemisier montrable (un reste de socialisation vestimentaire au cas où le boss appellerait en visio conf).

Tant il est vrai que le confinement ne saurait faire oublier que votre devoir de femme est d'être «montrable», et votre devoir de femme travailleuse... dans la soumission inconditionnelle au patron !

Cet éditorial de *Biba* résume efficacement la fonction que s'attribuent les magazines féminins et le type de «journalisme» inoxydable qui en découle : identifier un certain nombre de problèmes auxquels les femmes peuvent être confrontées avant de prescrire des «solutions» à ces problèmes. Ou tout du moins aux problèmes auxquels sont confrontées les femmes issues de la classe sociale qui les intéresse – celle des journalistes du magazine et de leur lectorat présumé. Et si les diagnostics sont parfois pertinents, les préconisations reconduisent en revanche les injonctions à s'adapter aux standards masculins – être «montrable» – et patronaux – être disponible à toute heure.

«SOIS BELLE!» : SURVEILLER SON LOOK, LA PRIORITÉ N°1

Dans les magazines féminins, la crise sanitaire mondiale est majoritairement traitée à travers une seule de ses conséquences : le confinement¹. Quelle que soit la manière dont il se décline, cet angle éditorial réflexe dicte aux femmes ce à quoi elles doivent penser en priorité, et en particulier comment s'habiller. Dès lors, impossible de dénombrer tous les diaporamas figurant les «conseils mode» ayant fleuri dans les magazines dès les premiers jours, rappelant les femmes à leurs tâches socialement dictées. Et les injonctions s'immiscent jusque dans les moindres recoins de leur intimité quotidienne : aucun «espace-temps» de leurs vies ne semble ainsi échapper aux radars des magazines...

Biba (27 mars) préconise ainsi une vigilance de tous les instants :



1. Voir sur le site d'AcRimed le premier volet de notre série : «Les hommages furtifs des magazines féminins aux "héroïnes" du quotidien» (30 avr.) ; ainsi que le troisième volet traitant du travail professionnel et domestique (16 mai).

Que l'on soit en télétravail ou en binge-watching² intensif pour respecter les mesures sanitaires du confinement, une tenue confortable est de rigueur pour passer nos journées calfeutrées dans les meilleures conditions (et quand elle est aussi jolie que cozy, c'est d'autant plus satisfaisant).

Il va de soi que le panel des corps de femmes représentés (blancs, longilignes) est pour le moins restreint ! Et ce n'est pas tout : en figurant des femmes se prenant elles-mêmes en photo, *Biba* fait de l'injonction « être belle » un précepte au carré. À travers les invitations permanentes au « partage d'expériences » (qui sont aussi un décroisement de l'intimité), on s'assure en effet que ne soit jamais mise de côté la préoccupation numéro 1 : le fait d'exister pour l'autre via son apparence. *Madame Figaro* l'explique d'ailleurs très bien dans l'article « Confinées mais stylées : quand la mode aide à garder le moral » (2 avr.) : *En direct de notre home sweet home, l'insoutenable légèreté de la mode est un parfait remède à la morosité. Selfie chic sur Instagram, pyjama de gala sur canapé ou combi spécial télétravail, prenons soin de nous ! [...] Poster son look du jour sur la plateforme permet également de continuer à exister dans le regard de l'autre.*

Si le magazine propose évidemment une déclinaison bourgeoise de cette injonction, correspondant à son lectorat, la tendance est partout la même. « Et si tu t'habillais "bien"... même seule chez toi ? » propose une journaliste de *MadmoiZelle* (17 mars), listant une série de « conseils » adaptés de l'article d'une consœur. Un texte qui débute par un coup de gueule réflexe face aux injonctions : « Ok, donc maintenant, il faut qu'on soit bien sapées partout même chez nous ? On peut avoir un moment de répit ? [...] Évidemment, ça a été ma première réaction, à moi aussi. » Mais que l'on ne s'y trompe pas ! À cet emportement initial succède rapidement une série de règles de bonne conduite pour « bien » s'habiller chez soi, édictées sous la forme de verdicts définitifs : telle pratique n'est « pas la meilleure idée », celles-là « ne suffisent pas » ou relèvent d'une « mauvaise habitude », contrairement à telle autre, d'une « importance cruciale ». Ce retour à l'ordre social bienséant pouvant s'accompagner de prises à partie particulièrement culpabilisatrices pour les femmes : – *Rester en pyjama moche toute la journée, la mauvaise habitude.* – *« Vous n'êtes pas censées ressembler à une merde quand vous êtes chez vous. »*

Le tout, à nouveau, sous couvert de conseils visant au bien-être : « C'est l'opportunité de t'essayer à de nouvelles audaces. [...] Bref, d'apprendre à mieux te connaître, sans avoir à subir les avis et les critiques des autres, que ce soit dans l'espace public ou dans ton entourage. » Un comble de la part de journalistes ayant,

deux paragraphes plus tôt, exhorté leurs lectrices à ne pas « ressembler à une merde » ! Des contradictions qui révèlent, comme souvent, le caractère fausement émancipateur de la démarche : soyez audacieuses, mais soyez-le dans le périmètre des standards et des modèles dominants.

Deux autres extraits de l'article illustrent très bien ces injonctions contradictoires (option « regard masculin » et « mépris de classe »). D'abord vient le commandement : « *Les fringues que tu enfiles vite fait le week-end, sans y penser, ne suffisent pas. L'idée, c'est d'être assez excentrique pour que ton livreur de pizza soit surpris !* » Ensuite vient la position de principe totalement contradictoire : « *Car on s'habille POUR SOI, non ?* » Et

plus loin : « *[La journaliste Diana Tourjée] tedit de t'habiller confortablement [...] mais version level up : "Certains portent des survêts à élastique, achetés au supermarché du coin. Ces gens n'ont pas compris que l'univers du homewear comporte des choses extrêmement confortables et pourtant stylées."* » Sans commentaire...

Pas de relâche pour les femmes donc, qui doivent rester « belles » en tout temps, et en tout lieu. Aucune

obligation... mais quand même ! *Madame Figaro* rappelle d'ailleurs en introduction d'un de ces articles (3 avr.) que « *[sans] aucun doute, confinement rime avec relâchement* » et qu'« *il est conseillé [...] de ne pas passer toute la journée en pyjama [...]. Même tendance du côté du maquillage.* » Moins catégorique, *Marie Claire* rappelle que « *même si en soit [sic] la situation n'est pas dramatique pour nous, [...] qui dit confinement dit pas de rendez-vous chez le coiffeur pour une durée indéterminée. Système D oblige, voici quelques conseils pour prendre ses cheveux en main* » ! De même, du côté de *Femme Actuelle*, on suggère que c'est « *l'occasion de prendre soin de soi et de réaliser des gestes beauté que nous n'avons pas le temps de faire à l'accoutumée.* » Bref... Mesdames, faites donc ce que vous voulez, mais pas trop non plus : « prendre soin de soi » passe inévitablement et avant tout par... des activités dans les clous des canons de beauté. Une forme de harcèlement éditorial, dont on peut voir les conséquences concrètes chez une journaliste de *MadmoiZelle* (24 mars), reproduisant par la suite plus qu'à son tour les modèles dominants :

Je me retrouve bien souvent le dimanche soir à déprimer comme un caca parce que je me sens moche et molle et globalement nulle. [...] Mais m'étaler des crèmes sur la face, me maquiller comme si j'allais au Festival de Cannes alors que je reste en pyjama chez moi, c'est ma façon à moi de continuer à me sentir bonne alors que je ne sors plus.

Les injonctions s'immiscent jusque dans les moindres recoins de l'intimité et du quotidien.

2. « Visionnage boulimique », soit « la pratique qui consiste à regarder la télévision ou tout autre écran pendant de plus longues périodes de temps que d'habitude, le plus souvent en visionnant à la suite les épisodes d'une même série. » (définition Wikipédia).

Un ensemble de diktats, codes et représentations intégrés jusqu'à l'os, qui transfuse largement... Précisons que MadmoiZelle revendique, au-delà d'une ligne «féministe», «4 millions de visiteurs uniques (sur 4,5 millions de jeunes femmes 18-30 ans recensées en France), dont 75 % de jeunes femmes 18-30 ans, et 17 millions de pages vues», soit le magazine «leader» chez les jeunes.

TÉLÉTRAVAIL ET «CONSEILS BEAUTÉ»

Cette intrusion permanente dans la vie des femmes prend d'autant plus d'importance que le confinement implique, pour beaucoup, le télétravail, et donc les réunions virtuelles. Phénomène qui, là non plus, n'échappe pas au grappin des magazines! Parce que le télétravail ne complique pas suffisamment la vie de millions de personnes, les féminins en rajoutent une couche pavlovienne: vidéo = image = les autres regardent = je dois être à mon avantage. Et aux grands maux les grands remèdes: de «conseils» en «astuces», les magazines énumèrent quantité de «solutions» pour «bien présenter» sur les logiciels de visioconférence, faisant une nouvelle fois des femmes l'objet du regard des autres, en proie à la mise en scène permanente d'elles-mêmes.

Dès le 13 mars, *Biba* livre «huit conseils fondamentaux pour bien télétravailler». Sans surprise, le premier («Habillez-vous!») a à voir avec les apparences: *Fondamental! Bon le but n'est pas d'arriver hyper lookée devant son ordinateur mais de se «costumer» quand même en travailleur car s'habiller vous permettra de vous faire basculer du côté du sérieux. Rester en pyjama vous le savez, ne vous donnera qu'une envie, celle de retourner au lit.*

Femme Actuelle remet le couvert le 23 mars et titre un article: «WhatsApp, FaceTime, Skype... 3 astuces pour paraître à son avantage en vidéo pendant le confinement». Et si nous n'avions pas compris, le magazine réitère dès le lendemain, sur le mode négatif cette fois-ci: «Confinement: 3 erreurs qui enlaidissent lors d'une conversation vidéo». Quitte à recourir à des pseudos «experts» pour donner à ces enjeux un poids démesuré... Exemple:

Erreur 1: ne pas choisir le bon angle. L'angle est fondamental pour vous mettre en valeur lors d'un appel vidéo. [...] L'appareil utilisé doit être correctement placé afin d'éviter les doubles mentons. Ainsi, ne les placez pas au-dessous du niveau de votre nez. À la place, surélevez vos appareils afin que votre port de tête soit affiné. Autre erreur à éviter: mettre le téléphone portable en face de vous et à moins de 30 centimètres de votre visage. En effet, selon une étude publiée dans le magazine médical britannique JAMA Facial Plastic Surgery, votre nez paraîtrait 30 % plus gros dans ces cas là.

Quatre jours plus tard, *Elle* prend la relève (27 mars): «Visioconférence: 5 conseils pour être au top sur Zoom, Teams, Skype etc.» La journaliste faisant appel à un «expert» en «media training» pour répondre à une série de questions imposées: «Comment gérer son apparence», «Comment se mettre en scène», «Comment s'habiller pour une visioconférence», etc. Et les deux acolytes n'y vont pas de main morte. Comme «le plus important [d'une réunion vidéo] reste la préparation» (première nouvelle!), les injonctions pleuvent. De «il faut que» en «on évite», en passant par «l'idéal étant», et autres «on doit», les leçons sont catégoriques: «Ce n'est pas parce qu'on est à la maison qu'on doit se laisser aller» et «on peut faire un minimum d'effort pour être présentable».

«GARDE LA LIGNE!»

La ligne éditoriale «beauté», surexposée par les magazines féminins depuis le début du confinement, inclut évidemment les alertes incessantes concernant les kilos superflus. Et là encore, tout est fait en sorte pour que cet impératif ne quitte jamais l'esprit des femmes. Que les «conseils» soient bons ou non d'un point de vue sanitaire n'est pas la question: la thématique en elle-même est omniprésente, rappelant aux femmes que leurs corps fait (et doit faire) l'objet d'une attention de tous les instants. Littéralement, l'injonction s'applique donc à toutes les heures de la journée: celles qui précèdent le repas, l'heure du repas en lui-même, et l'après-repas. Énième démonstration du potentiel totalitaire des magazines féminins: en tout lieu et en toute heure, le siège fait à la vie des femmes y est systématique.

Ainsi l'étape des courses est-elle loin d'être négligée. Comme le montre très bien cet extrait de *Biba* (19 mars):

Ben oui tout part de là, de ce trajet vers la supérette, [...] puis de notre passage devant les étals; il y en a, celui des fruits et des légumes frais, il n'est pas si mal que ça vous verrez, il est même génial. Alors go! Et si vous ressentez l'appel des Kinder Bueno, répétez-vous cet aphorisme de Jean-Claude Wilde: «Le meilleur moyen de ne pas succomber à la tentation, c'est de ne pas la ramener à la maison».

Se succèdent donc les appels aux «courses intelligentes», autant de diktats pour garder la ligne. Le 16 mars, *Elle* saute à pieds joints dans la moralisation: il s'agit, d'abord et avant tout, de «remplir intelligemment ses placards». Que celles qui les rempliront «bêtement» soient donc maudites! Il est ensuite conseillé de «faire de jolies assiettes», tout en pensant à «bannir la fringale». L'ennemi numéro 1 est ainsi partout placardé: le grignotage n'a pas lieu

d'être. *Femme Actuelle* en remet deux couches les 23 et 25 mars : nous devons « *veiller à faire des courses intelligentes pour éviter les tentations* » avant de nous soumettre aux impératifs tout court : « *Disciplinez-vous au moment de faire des courses* ». Un registre dans lequel excelle également *Biba* (19 mars), qui prend les femmes pour des décérébrées : « *Faites des courses intelligentes ! Le confinement risque de durer, il est donc fondamental de faire siens ces dix préceptes qui vous permettront de sortir de cette période en rentrant encore dans votre jean préféré. Go !* » Variant les tons, le magazine sait ainsi manier l'art des faux dialogues avec ses lectrices, de manière à mieux concrétiser les impératifs :

Sachez-le, un pain au chocolat équivaut à la consommation de sept sucres, 300 grammes de biscuits fourrés équivalent à 15 sucres et une cuillère à soupe d'huile, voilà voilà. Donc on croque dans une pomme ? Oui on va croquer dans une pomme. [...] Pour garder la ligne, le respect des horaires de repas compte autant que leur composition. [...] Ok ? ! On est d'accord ? On est d'accord.

Et c'est peu dire que le couperet du « pas 1 gramme en trop » est susceptible de tomber à tout moment : « Comment ne pas prendre 3 kg (voire plus) pendant la crise du coronavirus » (*Grazia*, 18 mars) ; « Confinement : Faut-il écouter sa faim ou conserver des horaires de repas fixes ? » (*Grazia*, 4 avr.). Question que s'était déjà posée *Madame Figaro* le 23 mars : « *Rythme décalé, facilité de grignoter, ennui... Le confinement désorganise nos repas. Alors, mieux vaut-il s'écouter ou garder une structure ?* » Les conseils (manger mieux, boire de l'eau, ne pas grignoter, mastiquer, savourer...) s'égrenent en une liste infernale. Certains féminins, comme *Marie France* (19 mars), allant même jusqu'à détailler le nombre idéal... de mastications par bouchée : *On vous conseille de mâcher 15 à 20 fois environ par bouchée pour allonger le temps du repas. [...] Pendant la crise, il faudra prouver que votre volonté est parée à toute épreuve.*

Pendant que d'autres, comme *MadmoiZelle*, déguisent la culpabilisation permanente en un style faussement détaché :

À l'annonce du confinement, il ne m'a pas fallu longtemps pour envisager le pire... Moi, 3 mois après le début du confinement, [...] grasse à force de bouffer du Nutella à la petite cuillère, et particulièrement mal coiffée. [...] En bref, ne néglige pas ce que tu mets dans ton assiette, ça ne ferait qu'augmenter ton impression d'être une vieille éponge moisie.

On épargnera à nos lecteurs les multiples préconisations concernant les « apéros », que les maga-

zines féminins identifient évidemment comme de dangereux moments propices au grignotage. Bref, de conseils en astuces, là encore, l'injonction est partout :

Le 19 mars, le début du confinement déchaînait même l'inventivité de *Biba*, qui n'hésitait pas à

Biba, 19 mars : « Confinement et régime : les 10 conseils ultimes pour ne pas prendre un kilo par semaine »

Version femina, 20 mars : « 9 astuces d'un nutritionniste pour ne pas prendre 10 kilos pendant le confinement »

Biba, 20 mars : « Grignoter sans grossir : 16 aliments à privilégier pour un petit creux »

Marie Claire, 21 avril : « Confinement : 9 conseils pour arrêter de grignoter »

Femme actuelle, 23 mars : « 50 recettes minceur pour ne pas grossir pendant le confinement »

Madame Figaro, 23 mars : « Grignotages, peu de sport... Comment ne pas prendre (trop) de poids durant le confinement »

Femme actuelle, 25 mars : « 8 conseils pour profiter du confinement pour affiner sa silhouette »

Marie France, 27 mars : « Comment Amel Bent a perdu 7 kilos pendant le confinement »

Biba, 30 mars : « Confinement et régime : ces astuces de grand-mère pour maigrir rapidement »

illustrer ses « 10 conseils ultimes pour ne pas prendre un kilo par semaine » avec une série de photos... d'otaries ! Après tout ça, le huitième conseil arrive à point nommé, invitant les lectrices à... « *ne pas culpabiliser* » ! Avec, en prime, un choix hilarant de photo garanti...



Dans son essai *Beauté fatale*, Mona Chollet consacrait un chapitre entier aux « *prétentions culturelles du complexe mode-beauté* », qu'elle associait à une image : « *le triomphe des otaries* »³, animal qui « *se doit de passer à travers le cerceau avec une certaine grâce* ». C'est peu dire si ses métaphores critiques étaient prémonitoires !

3. *Beauté fatale*, Zones, 2012, p. 116.

«FAIS DU SPORT!»

Penser «style et beauté» revient également, pour les féminins, à penser «sport». Et si certains déconnectent l'activité physique du poids, les deux questions sont généralement liées. Ou, pour résumer comme le fait *Femme Actuelle*: «*Donc, on maintient une alimentation équilibrée ET une activité sportive, tout en gardant un œil sur les enfants, si vous en avez à la maison!*» (23 mars) Compris? Même si les salles de sport sont fermées, on peut donc compter sur les magazines pour faire de la réclame pour les sites sportifs. Dans ce domaine, MadmoiZelle s'illustre une nouvelle fois par sa constance...

Le 23 mars, une rédactrice se lamente: «*Tous mes cours hebdomadaires sont annulés, mais est-ce une bonne raison pour devenir une larve informe sur mon canapé? NOPE!*»

Le 24 mars, on ajoute à la culpabilisation («*Le tout, c'est de faire bouger son corps pour lui éviter de prendre une consistance proche de celle du flan au bout de quelques jours*»)... une bonne dose de publi-reportage:

Fais du sport avec FizzUp !

Pour télécharger l'application FizzUp, sur iOS ou Android, via ton téléphone ou sur le Web, il te suffit de suivre ce lien !

Et pour avoir **-70% sur 1 an de coaching sportif FizzUp**, soit **29,99€** au lieu de **95,88€** l'année, il te suffit également de suivre ce lien. Afin de profiter de l'offre, il faudra que tu crées ton compte !

Si les promotions pour cette application se retrouvent dans de très nombreux articles, le publi-rédactionnel est, en général, extrêmement présent. Les articles vite écrits (et vite oubliés) sont fabriqués à la chaîne dans l'espoir de générer le plus de recettes possibles, alignant les liens promotionnels, les photos de produits de diverses enseignes, sans oublier l'intégration en série de vidéos Youtube qui, au-delà de toute considération économique, fixent des objectifs évidemment atteignables, et bien sûr fort proches de la réalité:



Des prises à partie particulièrement culpabilisatrices pour les femmes

Alors certes, la surexposition de corps sveltes et longilignes n'est pas nouvelle. Reste que le confinement donne à cet objectif une portée spectaculaire, sans que les magazines ne déconnectent pour autant cette «situation exceptionnelle» de leur agenda traditionnel... Ainsi les injonctions à «garder la ligne» pendant le confinement s'emboîtent-elles dans les marronniers qui marquent d'ordinaire la saison «printemps» des magazines: le shopping, les soldes à venir, et la fameuse préparation pour l'été.

«Coronavirus: va-t-on repousser les soldes?» est la question existentielle du magazine *Elle* le 7 avril. Mais *Biba* donnait le ton dès le 20 mars: «Découvrez ces 16 aliments imparables pour un objectif summer body réussi même en plein confinement.» Partout, les

listes de «toutes ces choses qu'on aimera revivre après la crise» en disent long sur les intérêts de celles qui écrivent, proposant un panel d'activités fort restreintes, la plupart du temps autocentrées, quand elles ne réduisent pas les femmes à des robots destinés à la surconsommation aveugle: «*Aller faire du shopping. Ça je prends, je prends ça aussi, et ça aussi... et pis ça aussi!*» (*Biba*, 20 mars)

On l'aura compris: tout continue (et tout devra recommencer) tout comme avant. La crise sanitaire mondiale et ses conséquences ne semblent nullement altérer le tempo des magazines féminins: ils se font plus que jamais reproducteurs et vecteurs majeurs des modèles genrés, sociaux et économiques dominants. C'est dire! L'étroitesse éditoriale et d'esprit qui les caractérise conduit les magazines (et leurs journalistes) à réduire la crise au prisme (majoritaire) du confinement. À exclure de leur ligne de mire les femmes des classes populaires. À ne projeter sur leurs lectrices que leurs propres préoccupations consuméristes. À produire toujours davantage (et surtout n'importe quoi) pour faire tourner la machine à clic en augmentant les rendements publicitaires. À submerger les femmes d'injonctions contradictoires. À faire en sorte que ces injonctions couvrent, de manière totalitaire, n'importe quel moment de la journée. Bref, à consacrer et perpétuer tous les stigmates de l'aliénation sexiste. C'est pourtant *Marie Claire* qui relève, à juste titre, que «la crise du Covid accentue les stéréotypes de genre dans les médias.» (23 avr.) Il serait temps que les féminins, engoncés dans un écosystème concurrentiel et dans un périmètre éditorial rabougri, commencent à balayer devant leurs portes! ■

LE PARISIEN COIFFE LE KÉPI DANS LES QUARTIERS POPULAIRES

police
parl'out

Dans le sillage des médias réactionnaires et d'extrême droite, la presse généraliste fait le récit d'une prétendue «*indiscipline*» des quartiers populaires et de leurs habitants. En particulier au *Parisien*, où le journalisme de préfecture s'amplifie avec la crise.

Dès le début du confinement, les doubles standards sont allés bon train dans les sujets traitant du non-respect des mesures gouvernementales ou des contrôles policiers; reconduisant, sans les interroger, les inégalités socio-économiques, géographiques, raciales, etc. existantes.

Avant de s'intéresser au cas du *Parisien*, on relèvera cet exemple des «Grandes Gueules» qui, le 27 mars, introduisaient leur émission en ces termes sur Twitter: «*Le confinement est-il impossible à faire respecter dans les banlieues? Débat houleux chez les GG: "Il faut l'armée"; "C'est une minorité tyrannique de racailles"; "Les problèmes de banlieues on les règle avant, pas pendant cette crise".*»¹ Et dans ce débat «houleux», entre Olivier Truchot et Barbara Lefebvre, c'est à qui mieux mieux: – Olivier Truchot: *C'est pas la même chose de contrôler un automobiliste au cœur de Paris qui gentiment va donner ses papiers, plutôt que d'aller dans les quartiers, où tu vas te retrouver avec des bandes de jeunes, et ça va être chaud.*

– Barbara Lefebvre: *Quand tu te fais entourer par dix gars qui te crachent dessus, tu es un peu plus exposé que devant un automobiliste!*

Sur le même thème, *Valeurs actuelles* prend également ses aises vis-à-vis du b.a.-ba journalistique: l'hebdomadaire n'hésite pas à illustrer un article en

ligne sur les «*territoires perdus du confinement*» (31 mars) avec une photo d'émeute prise à Sarcelles... en 2014.

Deux caricatures, survolées à titre d'exemple, qui ne sauraient faire oublier que ni les «Grandes Gueules», ni *Valeurs actuelles* n'ont le monopole des discours ultra-sécuritaires aux relents racistes dans les médias: *Le Parisien* est également dans la course, avec à la clé une couverture à peine moins caricaturale. Dès le 20 mars, Fatima Benomar pointait par exemple certaines discordances lexicales dans le quotidien de Bernard Arnault:



«Selon que vous serez du 75 ou du 93»...

Ces doubles standards s'intègrent, plus largement, dans une forme de journalisme de préfec-

1. L'émission communique avec cette séquence sur les réseaux sociaux, qui n'a d'ailleurs pas échappé aux relais de la fachosphère (Fdesouche, Riposte Laïque, etc.).

2. Le *Parisien* aurait pu se demander, par exemple, si le nombre de contrôles n'est pas plus élevé en Seine-Saint-Denis qu'ailleurs. Et le cas échéant, sur la base de quels critères et dans quelles conditions...

ture, entendu comme un ensemble de réflexes et de pratiques conduisant à relayer le discours « officiel » (celui des autorités policières) à propos d'opérations dites de « maintien de l'ordre ». Sans qu'il soit jugé utile, de la part du journaliste, d'y adjoindre les versions des personnes visées par de telles opérations, ou victimes de violences policières – pas plus que de leurs témoins potentiels.

LA POLICE VOUS PARLE TOUS LES JOURS AU PARISIEN

Le 19 mars, un premier article donne le ton : « Coronavirus en Seine-Saint-Denis : un nombre record d'amendes, police et justice durcissent le ton ». Est-il besoin de préciser qu'à ce « ton » sécuritaire, *Le Parisien* choisit de joindre sa plus belle voix ? Car cet article est univoque, abreuvé uniquement aux sources policières, préfectorales et judiciaires, toutes trois en parfaite harmonie... Voyons plutôt :

– « Sur la première journée 10 % des PV dressés en France l'ont été en Seine-Saint-Denis », **précise Fabienne Klein-Donati, procureure de la République de Bobigny.**

– « C'est comme si c'était les vacances. Il fait beau, on écoute de la musique, on boit de l'alcool », **fulmine un policier.**

– « Les gens ne sont pas très responsables, ils nous disent allez-y verbalisez moi », **ajoute son collègue.**

– « Certains sont d'une mauvaise foi évidente. Ils nous expliquent qu'ils sont sortis à deux pour acheter un paquet de farine », **rapporte ce policier de Saint-Denis.**

– Des comportements qui n'irritent pas que la police. « Beaucoup de personnes confinées chez elles, nous appellent pour signaler des rassemblements », **note ce fonctionnaire.**

– « Aulnay reste un point d'attention », **confie-t-on en préfecture.**

– « À partir d'aujourd'hui [...] nous montons en puissance pour saturer le terrain », **indique ce policier qui annonce** « une grosse présence et un travail de fond. »

Correspondant
du Parisien
en Banlieue

– « Nous verbalisons tous les occupants de la voiture », **signale un fonctionnaire.**

– Mis à part ces poussées d'adrénaline ponctuelles, **la police municipale estime que** « les mesures sont globalement bien respectées par la population ». À La Courneuve, **on remarque que** « depuis aujourd'hui les personnes en fraude acceptent mieux d'être contrôlées. »

– « Ce n'est pas un délit évident à caractériser parce qu'il faut que le récalcitrant le commette en présence d'un tiers », **indique la procureure de Bobigny.**

Un sans-faute !

Il va de soi que le « nombre record d'amendes » sera donné aux lecteurs comme un fait établi (tant la communication préfectorale ne saurait être sujette à caution). Une information que le journaliste prendra grand soin de ne pas interroger (tant la période réclame de ne pas basculer dans une quelconque forme de « culture de l'excuse ») !²

Le 20 mars, le journaliste Taha Bouhafs épinglait les mêmes pratiques à propos d'un article initialement titré : « Coronavirus dans les Yvelines : les bandes refusent les contrôles et agressent les policiers à Trappes », et remodelé ensuite :



Celloghian

**Ne convoquer aucun
phénomène social en
guise d'information,
et surtout...
ne pas donner la
parole aux habitants**



Taha Bouhafs
@T_Bouhafs

Pendant ce temps au parisien on fait des papiers basé uniquement sur des déclarations de policiers + en prime une interview de syndicaliste policier pour la diversité 🐼

Pas trop honte de faire ce genre de papier
@JCONSTANTLP ?

D'une façon générale, nombre de « reportages » – et c'est un bien grand mot – suivent la même démarche éditoriale : faire état de difficultés dans les quartiers populaires à partir d'informations fournies de toute évidence par la police, ne surtout rien mettre en perspective, ne convoquer *a fortiori* aucun phénomène social en guise d'information, et surtout... ne pas donner la parole aux habitants.

Chaque jour apporte son lot d'exemples, avec une prime à la moralisation. Dans l'édition papier du 20 mars, l'article « Confinement : premières gardes à vue pour « mise en danger de la vie d'autrui » » se construit sur une succession d'« états de faits », renseignés par les autorités, et soumis aux commentaires... de ces mêmes autorités ! Florilège :

– *En Seine-Saint-Denis, les règles de circulation ont particulièrement du mal à être intégrées par la population. Si bien que, selon nos informations, les autorités ont décidé d'expérimenter une mesure forte : placer les récalcitrants en garde à vue pour... « mise en danger de la vie d'autrui » !*

– *En Seine-Saint-Denis, les chiffres de verbalisations explosent : plus de 1300 depuis le début du confinement.*

– *Rien que sur la journée de mercredi, le nombre d'amendes infligées dans le département représentait 10 % du total sur l'ensemble de la France. Une poignée de désobéissants ont par ailleurs été interpellés pour « outrage » et « rébellion » lors de contrôles de déplacements.*

– *D'autres fonctionnaires se sont plaints de se faire insulter ou cracher à la figure. Aussi consigne a été donnée aux forces de l'ordre de placer systématiquement en garde à vue les citoyens inciviques ayant déjà été verbalisés au moins deux fois ou trois sur un court délai.*

Un autre bel exemple de journalisme police-justice en huis-clos !

VIOLENCES POLICIÈRES ABSENTES (OU PRESQUE) VERSUS PARTIS PRIS EN SÉRIE

Tout en laissant quantité de violences policières dans l'ombre de ses radars éditoriaux³, certains

Quand Le Parisien choisit de traiter les violences policières, c'est pour mieux les euphémiser.

journalistes du *Parisien* coiffent le képi et mettent en œuvre une surveillance accrue des quartiers.

Ainsi un correspondant à Marseille s'enquiert-il, le 2 avril, de l'état des trafics dans les quartiers Nord pendant le confinement... mais ne juge pas pertinent de consacrer un papier aux violences policières survenues dans le canton d'Aubagne un jour plus tôt⁴.

Et quand *Le Parisien* choisit de traiter ces violences – pour les plus « spectaculaires » d'entre elles – c'est pour mieux les euphémiser. Ce fut le cas pour l'affaire des Ulis, où des agents de la BAC se sont déchaînés sur un jeune homme de 21 ans, livreur d'Amazon sorti pour aller travailler⁵. Alors que la dépêche AFP, relayée par de nombreux médias, mentionne les violences policières dans son titre, *Le Parisien* préfère sortir du lot (27 mars) :

Essonne : l'IGPN saisie après une intervention musclée de la BAC aux Ulis

« Intervention musclée », « l'arrestation a dégénéré », « contrôle musclé », « Sofiane se fait malmener dans des conditions encore floues », etc. : le journaliste n'aura de cesse de tourner autour du pot, au mépris des évidences que lui fournissent les témoignages, les vidéos et le bilan médical qu'il cite pourtant lui-même dans son propre article !

À l'inverse, pas de pincettes au moment de condamner certains habitants jugés « indisciplinés » ! Le 1^{er} avril, Ronan Folgoas, grand reporter au service police-justice, publie dans l'édition papier un compte rendu du procès de Mimoun K., première personne condamnée à Paris pour non-respect du confinement. Du côté du *Parisien*, le verdict est sans appel, et le journaliste dissimule mal son parti pris défavorable à l'égard de l'accusé. Florilège :

– *Parmi les 25 000 verbalisations dressées à Paris dans le cadre du confinement entre le 17 et le 30 mars, Mimoun K. en a reçu cinq à lui tout seul.*

– *Vers 14h30, Mimoun K. apparaît dans la box des prévenus, sweat à capuche et masque hygiénique abaissé sous le menton. Il n'a pas l'air très intimidé. L'habitude sans doute.*

– *Mimoun K. est-il un réfractaire indéfectible aux règles de confinement ?*

– *Visiblement, le confinement au domicile parental avec frères et sœurs, dans le XX^e arrondissement de Paris, ressemble à une punition pour lui. « Après une semaine passée à sept personnes dans un deux-pièces, j'avais envie de prendre l'air », lance-t-il. La formule écorche les oreilles du président du tribunal. L'avocate corrige le tir.*

On a beau chercher, on ne retrouvera nulle part de tels commentaires quand le journaliste mentionne, par exemple, que le prévenu, parti vivre dans sa voiture, a été verbalisé trois fois en seulement une demi-

3. Sur le sujet, voir notamment la rubrique « Violences policières » du Bondy Blog ou l'article de Mickaël Correia « Deux menaces pèsent sur les quartiers : le coronavirus et la police », *CQFD*, n° 185, avril 2020.

4. Et pour lesquelles l'IGPN a été saisie, comme le relate un article de France Bleu : « Confinement : une enquête ouverte pour des violences policières présumées à La Penne-sur-Huveaune » (1^{er} avr.).

5. Ainsi que l'a relevé Sihame Assbague sur Twitter (29 mars), à partir d'une vidéo tournée par un voisin.

heure, alors qu'il s'approvisionnait en médicaments pour soulager une fracture de la main⁶... De même, l'usage du conditionnel se fait à géométrie variable chez le « grand reporter » :

Le jeune homme était-il vraiment muni d'une attestation de déplacement dérogatoire comme l'affirme sa défense ? Selon son avocate, il aurait été verbalisé à trois ou quatre reprises, simplement pour avoir omis de mentionner l'heure en bas de son attestation. Mais, selon le ministère public, Mimoun K. ne disposait en fait d'aucun papier.

Fi des précautions d'usage, tant il est vrai que les procureurs ont le monopole systématique du « fait avéré » !

Entre les lignes ou frontaux, ces partis pris quasi systématiques ont poussé des militants associatifs, politiques et habitants du 18^e arrondissement de Paris à publier une tribune sur le site du mensuel *Regards* (« Quand *Le Parisien* joue les reporters de crise dans la Goutte d'Or »), en réaction à un article du quotidien publié le 24 mars. Ils y dénoncent un lexique stigmatisant (« grappes d'hommes, parfois agressifs »), ainsi qu'une accumulation de constructions journalistiques revenant à instituer deux types d'habitants : « Sur cette place fantasmée, il y aurait donc d'un côté les victimes, bons riverains, les "habitants", les "gens", ces pères de famille à bout qui "grinent" de colère et d'appréhension; de l'autre les coupables, ces non-riverains – entendez étrangers, migrants – tous ces "types en groupe" dont l'existence n'est que trafic et délinquance. » Les signataires pointent les multiples angles morts de ce traitement éditorial, et terminent par un appel salutaire à la rédaction : *Nous, organisations associatives, politiques et syndicales, habitant-e-s, militant-e-s, travailleurs et travailleuses du 18^e arrondissement, n'en pouvons plus de ce traitement nauséabond de l'actualité locale. [...] Si vous n'êtes pas capable de parler de nos quartiers avec le sérieux qu'ils méritent, alors ne les couvrez plus ! D'autres s'en chargeront.*

On ne saurait mieux dire.

Comme nous l'écrivions en plein mouvement des gilets jaunes, « plusieurs éléments entrent en compte pour expliquer la prégnance de cette forme de journalisme [...]. Le premier concerne la proximité et la dépendance des journalistes vis-à-vis de leurs sources policières. Le second concerne une certaine conception du journalisme comme partie prenante du maintien de l'ordre social. »⁷ Et comme lors de toute crise, le maintien de l'ordre se hisse actuellement au sommet des priorités médiatiques.

« Si vous n'êtes pas capable de parler de nos quartiers avec le sérieux qu'ils méritent, alors ne les couvrez plus ! D'autres s'en chargeront. »

6. Un épisode qui nous rappelle combien le compte rendu d'audience peut varier en fonction des journalistes : le même jour, *Libération* donnera de ce procès une toute autre facette, notamment en équilibrant davantage la parole entre les différentes parties.

7. Lire « Médias et violences policières : aux sources du "journalisme de préfecture" », *Médiacritiques*, n° 31 avril-juin 2019, p. 8.

« GEORGE FLOYD PROTESTS » (USA) : LA POLICE CONTRE LE JOURNALISME

Le 25 mai, le meurtre de l'afro-américain George Floyd par le policier blanc Derek Chauvin à Minneapolis a déclenché une puissante vague d'émeutes et de manifestations, étendues depuis à des dizaines de villes dans le pays. Les violences policières n'épargnent pas les journalistes amenés à couvrir les événements, et sont recensées sur Twitter par l'enquêteur Nick Waters (Bellingcat, plateforme internationale d'investigation). Le site « U.S. Press Freedom tracker » documente également chaque cas porté à sa connaissance, allant des agressions physiques aux arrestations, en passant par les accès entravés, les saisies ou les destructions de matériel. Le 1^{er} juin, le « Committee to Protect Journalists » s'alarmait en dénombrant « au moins 125 violations à la liberté d'informer depuis le 29 mai ». Par la voix de son président Carlos Martinez de la Serna, l'organisation a en outre appelé à ce que les autorités locales et nationales « exemptent explicitement les journalistes des mesures de couvre-feu, afin qu'ils puissent exercer leur métier librement ».

LE COVID-19 REDÉFINIT LE PAYSAGE MÉDIATIQUE AUSTRALIEN

Le coronavirus a accéléré la recomposition du paysage médiatique australien, dominé par l'empire Murdoch (News Corp). L'ensemble des médias sont promis à la cure d'austérité généralisée, dont certaines déclinaisons ont déjà cours (baisse des salaires, du nombre de publications, licenciements). Selon le *Sydney Morning Herald* (27 mai), le groupe News Corp envisagerait, lui, de supprimer « entre 500 et 1 000 postes ». Les journaux locaux sont particulièrement concernés par les dites « restructurations » : selon *The Age*, le même News Corp a « suspendu » la parution de 60 d'entre eux. Dans un pays grand comme l'Europe de l'Ouest, ils assurent pourtant un lien vital avec des communautés peu denses et souvent isolées. Face à cette saignée, le *Sydney Morning Herald* tient à nous rassurer : « Le Président exécutif, Rupert Murdoch, ne recevra pas ses primes cette année, tandis que le directeur général, Robert Thomson, a déclaré qu'il renonçait à 75 % des siennes ». Quelle bonté! ➡

LIBAN : MEGAPHONE RINGARDISE LES MÉDIAS EN PLACE

Au Liban, où la crise économique fait rage, les mesures mises en place pour endiguer la pandémie ont redoublé la colère d'une population vivant pour plus d'un tiers sous le seuil de pauvreté. À la mi-avril ont redémarré d'importantes manifestations, initiées en octobre. *Megaphone*, jeune plateforme en ligne, centrée sur les réseaux sociaux et animée par une dizaine de bénévoles, rend compte du mouvement depuis ses débuts. Revendiquant son indépendance, elle conteste frontalement les récits éculés des médias traditionnels, reflets des divisions confessionnelles et concentrés entre quelques mains.

Avec 750 000 visiteurs uniques par semaine (pour 6 millions d'habitants), *Megaphone* se fixe pour objectif de transformer la sphère médiatique du pays afin de rendre un changement de régime possible.

DIFFUSION PAPIER (UK) : HONNI SOIT QUI MAL Y PENSE !

Au Royaume-Uni, les chiffres de diffusion mensuels des quotidiens nationaux pendant le confinement sont si mauvais que leurs patrons ont demandé – et obtenu – qu'ils ne soient plus publiés. D'après BBC News (21 mai), l'Audit Bureau of Circulation (ABC, émanation des éditeurs) s'est ainsi abstenu de diffuser les scores du *Daily Telegraph*, du *Sun* et du *Times* au mois d'avril. Les quotidiens qui ont joué le jeu voient leur diffusion reculer de 20 à 40 % selon Jim Waterson, journaliste au *Guardian*. Pour promouvoir leurs publications, les éditeurs relancent sur Twitter le hashtag « Buy a paper » (« Achète un journal »), initialement lancé en janvier 2019 par le groupe JPIMedia. De quoi titiller l'esprit sardonique de deux journalistes de Novara Media – groupement de médias alternatifs marqués à gauche. Dans une vidéo intitulée « Est-ce que le Coronavirus aura la peau du *Sun* ? », ils étrillent les éditorialistes politiques du tabloïd – en campagne pour promouvoir leurs « informations fiables » ! – et donnent leur verdict : « *Le mieux que vous puissiez faire pour les générations futures [...], c'est laisser le Sun mourir d'une mort lente* ». ■

Confinement ou non, Le Parisien sait très bien manier le stylo comme une matraque dans les quartiers populaires.

Il va de soi que les mesures de confinement, en particulier au sein de la rédaction du *Parisien*⁸, peuvent passablement compliquer le reportage de terrain. Un travail pourtant nécessaire pour qui souhaiterait confronter et contrebalancer les informations policières, parvenant aux

journalistes de manière beaucoup plus immédiate (coup de fil avec des sources préalablement connues, communiqués officiels, etc.). Et auquel ne peut sans doute pas entièrement se substituer l'observation des réseaux sociaux ; même si, sur ces sujets, ces derniers ont montré à quel point ils constituent une base documentaire désormais incontournable (diffusant notamment

les premiers des vidéos de violences policières), en plus d'être un lieu d'échanges et de relais propre à apporter et solliciter des témoignages.

Toutefois, cette préoccupation légitime concernant la crise contingente du travail journalistique ne saurait nous faire oublier que, confinement ou non, *Le Parisien* sait très bien manier le stylo comme une matraque dans les quartiers populaires. Dans une rédaction où les services de faits divers sont fort productifs, la prégnance et la solidité des liens noués avec la police et la préfecture ne sont en effet plus à prouver⁹. Et ce n'est pas la couverture réservée aux quartiers d'Île-de-France depuis le début du confinement qui viendra prouver le contraire.

LE JOURNALISME DU BÂTON :

UNE COUVERTURE GLOBALEMENT AUTORITAIRE

Si *Le Parisien* surveille les quartiers populaires (et ses habitants) avec des lunettes spécifiques, charriant leur lot de préjugés, ce traitement n'est que la déclinaison d'une couverture du confinement globalement marquée par un prisme ultra-sécuritaire. À ce titre, l'édition papier du 18 mars mérite une analyse à part entière.

8. À ce sujet, lire par exemple « Au "Parisien", du chômage partiel et de l'inquiétude » (*Libération*, 27 mars).

9. Voir notre article précédemment cité, et à titre d'exemple, « Révoltes de 2005 : dix ans après, un traitement médiatique tristement ordinaire » (déc. 2015).



Avec, pour commencer, une Une de type... «allégorique»: quoi de mieux, en effet, pour illustrer le premier jour du confinement, que de choisir un contrôle policier? Contrôlant qui plus est, au hasard, une personne noire en scooter et son passager?

Le dossier en question est un exemple exemplaire de la façon dont, via différentes pratiques, les journalistes parviennent à co-construire un environnement éditorial sécuritaire. À commencer par un entretien de haut vol en compagnie de la sociologue Nelly Mauchamp. Son exploit? Parvenir en quelques signes à neutraliser l'ensemble des rapports sociaux (dommage pour la sociologie), pour mieux dissenter sur l'existence prétendue d'une «indiscipline» quasi «naturelle» chez «les Français».

Pourquoi tant d'indiscipline

Où l'on apprend qu'«en France, on nous pousse de façon presque institutionnelle à enfreindre les règles»; que dans l'«état d'esprit typiquement français, celui qui respecte la règle est un faible... et celui qui l'enfreint, avec parfois même une pointe de plaisir, est adoubé ou, a minima, non dénoncé». L'intervieweur acquiesce: «C'est comme si on ne pouvait pas s'empêcher d'agir à l'encontre des recommandations venues d'en haut!» Comme ça, naturellement!

Sans compter quelques interrogations incongrues et fort partiales: «Notre religion joue-t-elle un rôle?» se questionne ainsi le journaliste¹⁰...

Pour, enfin, terminer avec une belle partition – mais somme toute classique – de maintien de l'ordre: «Les choses vont-elles rentrer dans l'ordre maintenant que le confinement est plus strict et soumis à des sanctions?» Réponse: «Oui, c'est l'autre facette qui fait des Français ce qu'ils sont. Ils acceptent de rentrer dans le rang... mais seulement sous la contrainte.»

L'art de convoquer des experts à même de servir un discours préétabli! L'art, également, d'une sociologie en moins de 2 000 signes, passée à la moulinette journalistique avec l'aval professionnel!

Reste que cette chute tombe à pic, tant l'article qui lui fait face, dans la double page, souligne une cohérence éditoriale qui force le respect:

Bientôt le recours aux forces Sentinelle?

Là encore, entre citations préfectorales¹¹ et ton martial, la réponse est bien rodée: «Cette option a une vertu: les Français ont l'habitude de croiser des militaires dans les rues, ce qui est moins anxiogène» nous dit calmement le journaliste (qui aurait pu être la «source proche du dossier») avant que la «source proche du dossier» (qui aurait pu être le journaliste) ne prenne

la parole: «Ils les voient tous les jours patrouiller dans les gares, près des sites sensibles, fait valoir une source proche du dossier. Il ne s'agirait pas d'un déploiement massif de l'armée avec des tanks.» Alors ça va!

Bonus: un bel agencement de la maquette fait figurer, au cœur de cet article... l'attestation de déplacement dérogatoire!

Et pour définitivement enfoncer le clou, le dossier se termine par une série de reportages «embarqués» avec la police (on en manquait!), regroupés sous une citation... de la police, pour un énième rappel à l'ordre:

« Les explications vaseuses pour sortir, c'est terminé »

Bien mon général!

Le 2 avril, Julien Brygo synthétisait quelques reportages de l'hebdomadaire *Le Phare dunkerquois* au

moyen d'une seule question: «Journalistes ou auxiliaires de police? Il est souvent difficile de faire la différence.» Sur Twitter, le journaliste indépendant faisait état d'une série de biais, ressemblant à s'y méprendre à ceux du *Parisien*: «Nulle envie de comprendre ce qui pousse les gens à sortir malgré le Covid, bonne ou mauvaise raison. Le journaliste fait partie du dispositif d'interrogatoire policier. Il vérifie que les gens obéissent. Il

“Le journaliste fait partie du dispositif d'interrogatoire policier. Il vérifie que les gens obéissent. Il se confond totalement avec le policier.”

se confond totalement avec le policier.» Un tel mélange des genres peut être perçu comme ordinaire, en particulier dans les quartiers populaires méconnus (voire méprisés par) de nombreux journalistes, et comme le signe d'un suivisme somme toute banal vis-à-vis des autorités. Reste qu'en cette période de crise, où bon nombre de libertés individuelles et collectives sont mises à mal et où toutes les formes d'inégalités sont exacerbées, le journalisme s'honorait de rompre avec un tel légitimisme. En commençant par se poser quelques questions simples, qui supposent de mettre en cause un certain nombre d'évidences et de pratiques-réflexes du métier. Mais quantité de médias choisissent la pente inverse, prenant le risque (déjà là) d'accompagner et de cautionner l'offensive sécuritaire et autoritaire actuelle. Ô les beaux jours du «contre-pouvoir»! ■

¹⁰. La sociologue mentionne alors le poids de «la tradition judéo-chrétienne», insistant sur la différence avec les «pays majoritairement protestants» dans une conclusion relevant là encore du... vite-dit: «Un Français traversera sans problème une rue en dehors des clous – il en tirera même une sorte de fierté alors qu'un Allemand trouvera ça inadmissible.» Très original.

¹¹. Des autorités préfectorales dont on connaît le sens de la nuance, comme en témoignent les sorties médiatiques tout en délicatesse du préfet de Paris Didier Lallement.

LE TABAC PROTÈGE DU COVID? GARE À L'ENFUMAGE...

Tout est parti d'une «révélation» de France Inter: la nicotine pourrait être un remède préventif et curatif contre le Covid. Une information aussitôt largement reprise par de nombreux médias, en oubliant de faire preuve d'une prudence élémentaire...

Dès mars, la question de l'incidence du tabagisme sur la gravité des cas de Covid se pose dans le débat médiatique. Une étude publiée dans la revue médicale *The New England Journal of Medicine* concluait que fumer serait un facteur aggravant face au coronavirus. En avril, plusieurs séries de données (souvent incomplètes) tendaient à indiquer, au contraire, que les fumeurs seraient moins touchés par le Covid.

Disons-le haut et fort: il n'est pas du ressort ni de la compétence d'Acrimed de prendre parti dans des controverses scientifiques. Et encore moins de pontifier, à la manière d'un éditocrate, sur la validité de telle ou telle étude. Mais le traitement médiatique des travaux scientifiques relève quant à lui bien du champ de la critique des médias. Surtout dans une période d'épidémie, où l'urgence et l'importance du travail de recherche font mauvais ménage avec la soif de scoops médiatiques. Et où la rigueur journalistique n'est pas toujours au rendez-vous.

C'est le cas, semble-t-il, dans un article publié par France Inter le 22 avril. Il évoque une étude

menée par une équipe de la Pitié-Salpêtrière visant à montrer que la nicotine protégerait contre le Covid: *La nicotine protégerait-elle contre le Covid? C'est l'hypothèse, très sérieuse, d'une équipe de la Pitié-Salpêtrière et d'un neurobiologiste mondialement reconnu. Elle devrait bientôt faire l'objet d'une étude clinique: des patches nicotiniques seront administrés à des patients et soignants pour en mesurer les effets.*

Malgré l'usage du conditionnel, l'article se fait volontiers affirmatif, évoquant «une étude qui vient d'être menée par l'hôpital, et qui conclut que les fumeurs seraient moins atteints que les autres par le virus». On y apprend qu'une autre étude clinique est prévue visant à prouver que la nicotine aurait des

vertus préventives, «une hypothèse qui semble solide». On apprend, enfin, que ce projet est né de la rencontre entre l'équipe de la Pitié-Salpêtrière et de Jean-Pierre Changeux, «neurobiologiste de renommée mondiale». Bref, tous les éléments semblent réunis pour concourir au sérieux de cette information. Et pourtant son traitement pose plusieurs problèmes majeurs.

Premier problème: la première étude menée à la Pitié-Salpêtrière ne permet pas de conclure à une

**Le travail de recherche
fait mauvais ménage
avec la soif de scoops
médiatiques.**

corrélation entre la gravité de l'infection au coronavirus et le fait de fumer quotidiennement. Comme l'explique un article publié sur le site de France Info (22 avr.):

Le faible nombre de fumeurs quotidiens parmi les patients observés ne permet cependant pas de conclure à une corrélation entre la consommation journalière de tabac et la gravité de l'infection au coronavirus. Les auteurs reconnaissent aussi que leurs travaux ne prennent pas en compte les patients placés en soins intensifs, et qu'une étude plus large est nécessaire.

Deuxième problème: la nouvelle étude repose sur une hypothèse avancée par le neurobiologiste Jean-Pierre Changeux, présenté comme membre de l'Académie des sciences et reconnu mondialement. Mais il aurait été utile d'ajouter un détail non négligeable: le fait que le chercheur a été, par le passé, épinglé par la presse pour ses relations «troubles» avec l'industrie du tabac. Une simple recherche suffit à trouver plusieurs articles à ce sujet, comme celui du *Monde* «Comment le lobby du tabac a subventionné des labos français» (31 mai 2012):

«Changeux!» Le nom, écrit à la main, en grands caractères et suivi d'un point d'exclamation, sonne comme un cri de victoire. Le Post-it sur lequel il est rédigé est collé sur une lettre du grand neurobiologiste français Jean-Pierre Changeux, datée du 10 août 1994 et à en-tête de l'Institut Pasteur. Elle est adressée au Council for Tobacco Research (CTR), une officine de l'industrie du tabac basée à New York (Etats-Unis) qui finance de la recherche scientifique. Jean-Pierre Changeux demande 255 000 dollars (273 500 euros courants) pour un projet de trois ans afin d'étudier l'impact de la nicotine sur le cerveau de souris mutantes.

Ou encore, datée de la même année, une enquête de Mediapart «Comment l'industrie du tabac a enfumé la recherche française» (21 juin 2012): Pendant des décennies, le lobby du tabac a cherché à peser sur la recherche mondiale en subventionnant des scientifiques. Dans notre pays, cette stratégie d'influence a touché des chercheurs renommés, au premier rang desquels Jean-Pierre Changeux, chef de file de la neurobiologie française.

Précisons-le d'emblée: rien ne permet de prouver que les travaux actuels du spécialiste soient financés par l'industrie du tabac. En elles-mêmes, les informations révélées par *Le Monde* et Mediapart n'invalident pas non plus *a priori* toutes les recherches de Jean-Pierre Changeux, ni les hypothèses de ses

Le chercheur a été, par le passé, épinglé par la presse pour ses relations «troubles» avec l'industrie du tabac.

travaux en cours. Elles constituent néanmoins des éléments de contexte importants. Et témoignent également des moyens considérables déployés par l'industrie du tabac en termes de relations publiques. Cet aspect devrait appeler à la plus grande transparence, et à la plus grande prudence, de la part des médias lorsque des études portant sur la nicotine tendent à souligner des effets positifs sur la santé.

Troisième problème: si l'article précise trivialement qu'il ne faut pas «se ruer sur les cigarettes» et que le tabac «reste un fléau», l'article omet de replacer cette étude dans un champ plus vaste; et de mentionner par exemple d'autres études selon lesquelles le tabagisme serait un facteur aggravant à partir de l'entrée à l'hôpital, comme le note à juste titre un article de *Sciences et Avenir*.

Ces trois éléments de contexte sont loin d'être anecdotiques; ne pas les mentionner constitue une entorse à la rigueur journalistique... Qui caractérise aussi la plupart des articles reprenant avec empressement l'information:

L'Obs, 22 avr.: «Une étude montre que le taux de fumeurs parmi les patients infectés du Covid est de seulement 5 %.»

Le Monde, 22 avr.: «Coronavirus: la proportion de fumeurs parmi les personnes atteintes du Covid-19 est faible.»

Le Figaro, 22 avr.: «Et si la nicotine protégeait du Covid-19? Pour une raison mystérieuse, les fumeurs infectés ont moins de risques de développer des symptômes de la maladie.»

Le Point, 22 avr.: «La nicotine semble empêcher la propagation du virus dans les cellules.»

CNews, 23 avr.: «Coronavirus: les fumeurs moins touchés par le Covid-19, la nicotine pourrait avoir des vertus préventives.»

BFM-TV, 23 avr.: «La nicotine testée contre le coronavirus»

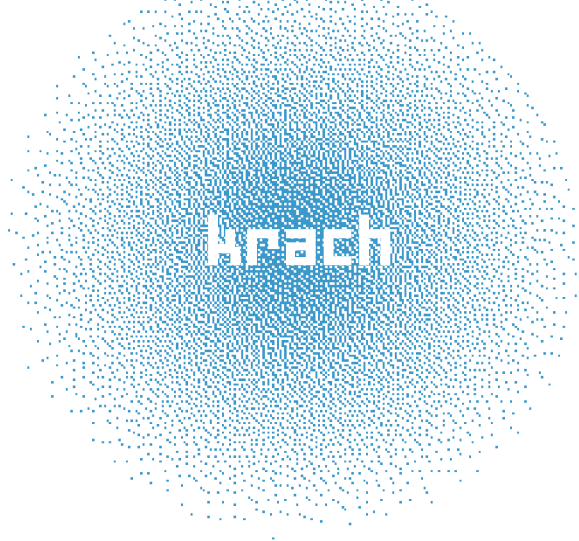
LCI, 22 avr.: «Des médecins ont constaté que les fumeurs étaient moins sensibles au coronavirus, grâce à la nicotine.»

Il existe heureusement des exceptions, comme les deux articles déjà cités dans ce texte, publiés sur le site de France Info et sur le site de *Sciences et Avenir*. Ou encore une chronique de Serge Raffy appelant à la prudence ainsi qu'une interview du physicien Etienne Klein appelant à ne pas confondre causalité et corrélation (un problème récurrent dans la couverture médiatique de la recherche scientifique).

Mais pour le reste, l'écrasante majorité de la production médiatique ne prend pas ou peu de précautions pour diffuser la nouvelle. Circulation circulaire de l'information oblige... au grand détriment de la rigueur journalistique. ■

LA PRESSE IMPRIMÉE AU TEMPS DU CORONAVIRUS

La presse imprimée, déjà au plus mal, se trouve très affectée par l'épidémie de coronavirus: baisse des ventes en boutiques, chute des recettes publicitaires. L'occasion, sans nul doute, de reconsidérer son modèle économique.



À l'exception de ceux qui font partie des médias indépendants du tiers secteur, de revues (comme *Médiacritiques*), et de quelques journaux comme *Le Canard enchaîné*, *Marianne*, *Charlie hebdo*, *Siné mensuel* ou *Le Monde diplomatique*, l'immense majorité de ce que l'on appelle désormais la « presse papier » ou « presse imprimée » repose sur deux ressources: les ventes et la publicité. Le confinement de la population imposé à partir du 16 mars a rapidement et sérieusement affecté ces ressources, quoique à des degrés différents.

UNE BAISSÉ SENSIBLE DES VENTES... ET DES ABONNEMENTS STATIONNAIRES

Ce fut presque un étonnement quand le gouvernement a compté parmi les besoins vitaux dont la satisfaction devait rester accessible à la population confinée, celui de lire la presse. Une mesure qui a probablement permis la survie de nombre de publications de moyenne ou petite audience, qui auraient peut-être succombé à une fermeture générale des points de vente; et qui a également permis aux personnes attachées à la lecture sur papier, plus nombreuses qu'on ne pense, de trouver encore, dans

le très large éventail des revues et des journaux, de quoi nourrir et distraire leur esprit.

De là à dire que l'amour de la presse ou le sort de ces populations a motivé la décision du gouvernement, il y a un grand pas... que nous ne franchirons pas. *A fortiori* quand on sait que ses inclinations le portent davantage sur les « premiers de cordée », incluant les grands propriétaires de presse (peu nombreux tant le secteur est concentré), dont les intérêts furent menacés dès le début de la crise...

Un certain nombre de ces points de vente ont cependant baissé le rideau de fer, et parmi eux, la totalité des Relay Hachette des gares et aéroports, et 40 % des kiosques parisiens, tandis que d'autres réduisaient leurs horaires d'ouverture. Mais sur l'ensemble, plus de 80 % d'entre eux sont restés ouverts au public.

Du côté des magazines, qui constituent la plus grande partie des rayonnages des marchands de presse, les ventes semblent avoir fléchi, mais sans effondrement, et pas dans tous les domaines, comme l'indiquent les chiffres des Messageries lyonnaises de presse (MLP) qui en distribuent une grande partie.

Comme le notent les MLP, « les ludiques, la presse pour adolescents et pour enfants ainsi que la presse people ont conservé la préférence des consommateurs » en cette

ACTUALITE GENERALE	+ 0 %	INFORMATIQUE ET NUM	- 45 %
ADO ET MUSIQUE	+ 10 %	LUDIQUES	+ 125 %
ADULTES	- 45 %	MAISON ET ART DE VIVRE	+ 0 %
ART ET CULTURE	- 35 %	NATURE ET VOYAGE	- 25 %
ENFANTS	+ 75 %	PICTURE PEOPLE	+180 %
FEMININS	- 25 %	SPORTS-AUTO-LOISIR	- 25 %
TELEVISIONS	- 20 %	DVD/MUSIQUE	+ 10%

Source: MLP (17 avr. 2020) Ventes enregistrées entre le 16 mars et le 5 avril comparées à la même période de 2019.

période, tandis que les magazines d'actualité ont maintenu leurs ventes, au contraire des magazines dédiés à l'art et à la culture.

Par ailleurs, parmi les magazines d'information politique, *Le Point* signale que sa diffusion au numéro s'est à peu près maintenue pendant la période de confinement, de même celle de *L'Obs*, avec un léger fléchissement. *Marianne* dit également avoir maintenu ses ventes.

En ce qui concerne les quotidiens nationaux, les ventes au numéro ont baissé pour chacun d'entre eux et à hauteur de 24 % pour l'ensemble (source ACPM¹), excepté *Libération*, pour lequel elles se sont maintenues. Ce n'est certes pas un effondrement, mais tout de même une chute sensible si l'on considère que les chiffres portent sur le mois de mars entier alors que les 15 premiers jours n'ont pas été confinés.

Quant à la presse quotidienne régionale (PQR), malgré l'absence de chiffres de diffusion la concernant (selon l'ACPM, ils paraîtront en septembre), on peut supposer, à partir de divers témoignages convergents: *La Provence*, qui perdrait 4 000 ventes par jour (CB News, 24 mars), *Paris-Normandie*, 20 % (76 actu, 16 avr.), et Jean-Michel Baylet qui parle d'une baisse de 20 % en moyenne (France Inter, «L'instant M», 25 avr.), que sa situation est comparable à celle des quotidiens nationaux.

Les journaux vendus au numéro doivent de surcroît affronter une autre menace, celle qui tient à la situation de Presstalis, problématique depuis de nombreuses années, et qui s'est encore aggravée récemment. Le principal distributeur de journaux (75 %) a dû déposer son bilan le 20 avril. Le plan de redressement élaboré fin 2018 et plutôt drastique, n'a pas

eu les effets escomptés. Le distributeur se retrouvait début 2020 dans une situation pire que fin 2018 «avec près de 500 millions d'euros de fonds négatifs, un milliard de dettes et une perte de 70 millions d'euros fin 2019»². Le dépôt de bilan de Presstalis, initialement prévu pour le 25 mars, a été reporté face à la crise sanitaire. Il est finalement intervenu le 20 avril, mais avec continuation d'activité, ce qui a évité un arrêt de la distribution. Deux projets étaient en concurrence, l'un soutenu par les quotidiens nationaux, l'autre par les magazines. Le 15 mai, l'État a finalement tranché, sans surprise, en faveur des quotidiens (les milliardaires), déjà largement favorisés par le système Presstalis. Bien évidemment, la baisse constatée des ventes de

journaux et de magazines n'arrange pas les affaires de la distribution, dont les revenus dépendent du nombre de journaux distribués.

C'est en partie à cause des difficultés de la distribution que de nombreuses publications ont recours, depuis plusieurs années, aux abonnements. Ces derniers constituent aujourd'hui la principale modalité de vente de la presse imprimée, 53 % en 2018 (source ACPM). Les deux tiers de ces abonnements sont distribués par

portage, un dispositif spécifique assuré par les éditeurs qui rémunèrent des particuliers ou des sociétés qui apportent, au petit matin, le journal au domicile des abonnés. Le portage fait l'objet d'aides spécifiques importantes de l'État, et il semble qu'il ait continué de fonctionner sans accroc durant le confinement. Certains journaux comme *Le Télégramme de Brest* ou *La voix du Nord* sont vendus à 80 % par abonnements portés. Le portage est surtout répandu au nord du pays et dans la PQR. Le dernier tiers des abonnements, soit 20 % de l'ensemble des ventes, est distribué par La Poste. Pendant le confinement, le rôle de cette dernière a d'ailleurs donné lieu à des démêlés significatifs³.

Toujours est-il que les abonnements de la presse imprimée, qu'il s'agisse du portage ou de La Poste, ont été, dans l'ensemble, distribués, même si parfois avec retard. Le nombre des abonnés s'est également maintenu, avec un très léger fléchissement (moins de 1 %), dû sans doute à un transfert vers des abonnements numériques.

La baisse constatée des ventes de journaux et de magazines n'arrange pas les affaires de la distribution.

1. Alliance pour les chiffres de la presse et des médias.

2. Emmanuel Schwarzenberg, «La presse papier en plein collapsus», blog Mediapart, 9 mars 2020.

3. Lire, sur le site d'Acrimed, «Coronavirus: Les patrons de presse brocardent les postiers "déserteurs"», 22 mai.

L'EFFONDREMENT DES RECETTES PUBLICITAIRES

Mais la crise actuelle met surtout en relief la dépendance de la presse vis-à-vis de la publicité. Les pertes en recettes dues à l'épidémie affectent en effet tous les médias qui y ont plus ou moins recours. Pour ceux qui ne vivent que de cela, la situation est grave: les journaux dits «gratuits» ne paraissent plus depuis l'établissement du confinement, tandis que les chaînes de télévision et les stations de radio privées, financées surtout par la publicité (70 % pour TF1), sont en grande difficulté.

Les journaux imprimés (hors gratuits), de leur côté, ont perdu autour de 50 % (de 30 à 80 % selon une étude Kantar citée par *Le Figaro*) de leurs revenus publicitaires, qui représentent en moyenne... à peu près le tiers de leurs recettes. Une situation qui n'étonnera personne, et révèle plutôt l'incurie de modèles économiques qui consacrent leur précarité structurelle en axant leur dépendance sur des ressources instables. Comme le note *Libération*, «en prévision de la récession à venir, les entreprises coupent leurs budgets publicitaires, qui sont systématiquement l'un des premiers postes d'économies en période de crise.» Les milliardaires propriétaires de médias ont d'ailleurs été les premiers à couper les vivres publicitaires de ces médias, comme le rapporte Emmanuel Schwartzenberg dans l'article précédemment cité, «La presse papier en plein collapsus»: «Quand l'épidémie de coronavirus ne concernait encore que la Chine, Bernard Arnault décida que le groupe LVMH cesserait tout investissement publicitaire dans les médias pendant six mois. Il a été immédiatement suivi par le groupe Kering de François Pinault. Depuis, tous les annonceurs ont suspendu sine die leurs achats dans les médias.» Pour rappel, Bernard Arnault est propriétaire du *Parisien* et des *Échos* et François Pinault, du *Point*. On se doute que ces farouches amoureux de l'information ont été déchirés par la nécessité d'une telle décision! Reste que cet épisode confirme l'évidence: dans les périodes difficiles, les grands annonceurs n'hésitent pas à retirer leur financement au secteur des médias – quand bien même ils sont eux-mêmes patrons de presse...

NOTRE CHRONIQUEUR-MANSON
EST ADORABLE SAUF SI ON
DIT DU MAL DE MANSON
DEVANT LUI.



À titre d'exemple, on peut citer un certain nombre de journaux dont les chiffres ont été publiés. Ainsi, *L'Obs* perd 70 % de ses revenus publicitaires (2 pages de pub au lieu de 15 à 20), *La Voix du Nord* fait état de la perte de toute sa recette publicitaire, soit 25 % de chiffre d'affaires, *Midi Libre* annonce une perte de 70 %, *Ouest France* de 60 %, soit autour de 15 % du chiffre d'affaires, et *La Provence*, de 50 %. Pour l'ensemble de la presse régionale, Jean-Michel Baylet parle de 80 % de pertes en moyenne (France Inter, « L'instant M », 25 avril). Variables selon les secteurs, les pertes de recettes publicitaires sont dans tous les cas très importantes et compromettent l'équilibre économique, déjà fragilisé depuis longtemps, de la presse imprimée.

Parmi les mesures envisagées pour soulager la douleur des médias privés de publicité, une proposition audacieuse vient de la députée Aurore Bergé (LREM), par ailleurs rapporteure du projet de réforme de l'audiovisuel public. Il s'agirait tout simplement de déduire les dépenses publicitaires des impôts des annonceurs. La part déductible n'est pas indiquée à ce stade. En Italie, où une telle mesure a déjà été prise, elle est de 30 % (pour les dépenses publicitaires faites dans la presse imprimée et dans les radios et télévisions locales).

Rappelons au passage que les dépenses publicitaires des entreprises ne sont déjà pas imposables (sauf certaines, et seulement à hauteur de 1 %). Les rendre en outre déductibles des impôts, c'est-à-dire payées par le contribuable, reviendrait à faire de ce dernier le double financeur de la publicité, puisque les frais de publicité sont intégrés au prix des marchandises qu'il achète. Aurore Bergé invoque comme argument la situation difficile des TPE et PME, mais ce sont surtout les grandes entreprises qui bénéficieraient de cette mesure. Elle avance aussi que sa proposition vise à « soutenir le rôle démocratique que joue la presse ». Un second prétexte, qui déguise surtout un soutien à l'industrie publicitaire, aux agences de publicité en grande difficulté du fait du retrait des annonceurs de la presse, mais aussi de tous les autres supports (affichage, prospectus, radio, télévision, Internet, cinéma). Venir au secours de ce secteur parasitaire peut difficilement passer pour un objectif prioritaire visant à pallier les effets de la crise. Si le gouvernement veut soutenir la presse, il peut le faire directement, sans arroser en même temps les

La crise actuelle met surtout en relief la dépendance de la presse vis-à-vis de la publicité.

4. La critique argumentée de cette provocation a été développée par l'association Résistance à l'agression publicitaire (RAP), dont nous avons relayé la publication sur le site d'Acrimed (12 avr.) aux côtés de la tribune d'un groupe de médias indépendants (21 avr.).

publicitaires Havas, Publicis, etc. et les annonceurs Arnault, Pinault, Drahi, Bolloré, etc., qui ne manqueraient pas de retirer leurs publicités dès l'extinction de cette mesure d'exception (si extinction il y avait...), sans se soucier davantage du « rôle démocratique que joue la presse » ! Aux dernières nouvelles, le projet Bergé n'aurait pas été abandonné malgré les vives protestations qu'il a suscitées⁴.

Ainsi, si l'on tient compte du fait que les pertes de ventes au numéro et d'abonnements aux journaux papier sont en partie compensées par la forte croissance des abonnements numériques (voir plus loin), c'est l'effondrement des ressources publicitaires qui apparaît comme le principal responsable de la situation difficile et parfois dramatique de la presse imprimée en ces temps d'épidémie.

CONSÉQUENCES SUR LES JOURNAUX

Dans ces nouvelles conditions, les journaux ont pris diverses mesures.

Certaines publications ont suspendu leur version imprimée, a priori seulement pendant la période de confinement. C'est le cas des quotidiens « gratuits » (*20 minutes*, *CNews*, etc.) et de l'ensemble de la presse professionnelle (par exemple *Stratégies*, *CB-News*, *Infopro Digital*, qui possède quarante titres), vendue uniquement sur abonnement à des professionnels ayant déserté leurs bureaux. Ont également fait ce choix *Siné Mensuel* (pour risque de contamination dans des locaux étroits), le people *Point de vue*, le people féminin *Grazia* (pour déficit de publicité), *Jeune Afrique*, *Paris Turf* (faute de courses de chevaux), et *Voici* (faute de stars à l'air libre!).

De très nombreux journaux ont réduit leur pagination, en raison de l'absence de publicité, mais pas seulement : certaines rubriques ont disparu suite aux mesures de confinement (compétitions sportives, cinéma, théâtre, tourisme, etc.), et des reportages ont été annulés. Par ailleurs les conditions de travail des techniciens, à domicile, ne permettent pas toutes les opérations de fabrication des journaux. Sans parler de la réduction du nombre des collaborateurs, non sollicités, malades ou au chômage partiel. Dans la PQR, le nombre d'éditions a quant à lui été fortement réduit : *Sud-Ouest* est passé de 16 éditions à une seule, *La Voix du Nord*, de 20 éditions à 4, *Ouest France* de 53 à 12, et *Nice matin*, de 9 à 2, et *Le Parisien* a suspendu ses éditions départementales.

Enfin, un certain nombre de publications ont dû avoir recours au chômage partiel, comme *Midi libre*, *Le Télégramme*, *Ouest France*, *Le Parisien*, *Le Figaro* (760 salariés sur 2 200), *La Nouvelle République*,

UNE PRESSE SANS PUBLICITÉ EST POSSIBLE, LA PREUVE: ELLE EXISTE DÉJÀ.

La Provence, le groupe So Press et *L'Obs*. La liste n'est évidemment pas exhaustive.

La première disparition définitive, et la seule pour l'instant, fut celle du magazine *Playboy*, après 66 ans de présence dans les points de vente. La crise a aussi porté un coup fatal à *Paris Normandie*. Déjà fortement endetté, il a perdu 90 % de ses recettes publicitaires, et a été déclaré en liquidation judiciaire le 21 avril, avec poursuite de l'activité. Il disposait alors de trois mois pour trouver un repreneur. Il y a peu de chances que *Paris Normandie* disparaisse des kiosques, car il est très improbable que le gouvernement laisse deux départements (Haute Normandie et Eure) sans journal quotidien.

Parmi les effets du confinement, l'orientation d'une partie du public des journaux vers les consultations et abonnements numériques apparaît à certains comme positive et prometteuse. L'audience du site du *Télégramme*, par exemple, a doublé en mars par rapport à février, comme celle du site de *Sud-Ouest*, dont les abonnements numériques sont en progression constante depuis le début du confinement. Selon Slate (5 avr.), le site de *Ouest-France* a vu quant à lui sa fréquentation augmenter de 156 % entre le 16 et le 22 mars. Entre les mois de février et mars, les abonnements numériques aux quotidiens nationaux (sauf pour *L'Équipe*) ont également nettement progressé (22 000 unités au total), particulièrement pour *Le Monde* (+ 8 000) et *Le Figaro* (+ 8 000). À noter également, dans la PQR, la progression des abonnements numériques du *Parisien* (+ 7 000). Le processus semble général⁵, certainement facilité par des prix d'abonnement parfois bradés et des accès gratuits fréquents pour tout ce qui concerne l'épidémie. Il est probable que la bascule du papier vers le web, constante depuis plusieurs années, aura connu là une nette accélération, dont au moins une partie sera pérennisée après le confinement. Mais cela ne suffit pas, du moins pour l'instant, à combler les pertes dues aux moindres ventes de la production imprimée, et surtout au retrait brutal de la publicité.

Les milliardaires propriétaires de médias ont d'ailleurs été les premiers à couper les vivres.

À l'issue de ce tour d'horizon (forcément incomplet), on peut conclure que le modèle économique de la presse imprimée, fondé sur les deux piliers que sont les ventes et la publicité, a vécu. Jusque dans les années 1970, cette presse était le principal bénéficiaire des investissements publicitaires (71,3 % en 1970). La situation s'est dégradée au fil des années en raison de la concurrence d'autres supports, la télévision et

Internet ayant successivement pris la tête des bénéficiaires. En 2018, la presse concentrait ainsi 15,9 % des investissements publicitaires.

Le retrait aussi général que brutal des annonceurs révèle à quel point la logique publicitaire est préjudiciable au secteur des médias. Il va sans dire que les entreprises

qui achètent des espaces publicitaires ne le font pas pour aider la presse, encourager sa liberté, mais accroître leur surface d'influence et leurs profits. Et si tel n'est plus le cas, elles s'en vont, sans préavis. Un parasitage qui s'ajoute aux effets délétères de cette relation sur la marche d'un journal, que nous ne cessons de critiquer: censures, autocensures des journalistes, publi-rédactionnel, publi-reportages, auto-promotion de l'entreprise qui possède le journal, culte de l'audience pour attirer les annonceurs, etc. Sans

oublier les prospectus publicitaires déguisés en journaux que sont les quotidiens dits «gratuits». L'éloge et la promotion des marchandises n'ont rien à voir avec le projet d'une information libre et honnête.

Il est encore difficile de savoir quel sera le sort des nombreux magazines et journaux dont la situation risque d'être

La situation de nombreux magazines et journaux risque d'être très précarisée par la crise du Covid.

très précarisée à l'issue du confinement. Il est reconnu que la publicité s'en va plus vite qu'elle ne revient. En tout cas, nous ne pouvons que les inviter à rejoindre les nombreuses publications indépendantes, qui vivent sans publicité, et à lutter avec elles pour qu'elles disposent de moyens à la mesure de leur liberté, pour que leur soient réservées par exemple, les aides publiques à la presse, qui profitent aujourd'hui principalement à des milliardaires. ■

5. Même *Le Canard enchaîné*, peu porté sur le web, après avoir réduit de moitié sa pagination, a proposé sur son site internet une édition numérique payante.



« UN PRÉSIDENT QUI PRÉFÈRE LA COMMUNICATION À L'INFORMATION »

C'est le titre du communiqué courroucé de l'Association de la presse présidentielle (APP), composée des correspondants à l'Élysée chargés de suivre Emmanuel Macron (9 avr.). Le communiqué dénonce les conditions de la visite du président à l'hôpital du Kremlin-Bicêtre, dans le Val-de-Marne, alors qu'aucune rédaction n'avait été prévenue. Les seules images de la visite, particulièrement avantageuses pour Emmanuel Macron, ont été fournies par l'Élysée. L'APP ajoute que « *ces dernières semaines, à plusieurs reprises, les équipes de l'Élysée ont également empêché ou interrompu des journalistes lors de prises de vue ou de son lors d'échanges du chef de l'État* ». Selon un article du site Les Jours, la crise sanitaire aurait été le prétexte « *d'un serrage de vis et d'un contrôle accru des images* » avec un pool qui serait composé « *de manière totalement opaque* ». La crise du Covid marque une nouvelle étape dans le rapport contrarié du pouvoir au droit d'informer.

CLÉMENTINE SARLAT ACCUSE LE SERVICE DES SPORTS DE FRANCE TV DE HARCÈLEMENT

Clémentine Sarlat, ex-journaliste à Stade 2 raconte, dans une interview à *L'Équipe* parue le 4 avril, avoir subi un harcèlement moral à son retour de congé maternité en janvier 2018. Faits rabaissants, bureau à part, blagues lourdes, graveleuses et misogynes. La journaliste a quitté le service des sports de France Télévisions à l'été 2018. Des faits établis qui ne sont malheureusement pas nouveaux au service des sports de France 2... D'autres témoignages font état de la manière dont les femmes ont été ostracisées, vilipendées et ridiculisées dans ce service essentiellement masculin où le sexisme fait des ravages.

BOLLORÉ DISTRIBUE LES DIVIDENDES... TOUT EN AYANT RECOURS AUX DENIERS PUBLICS

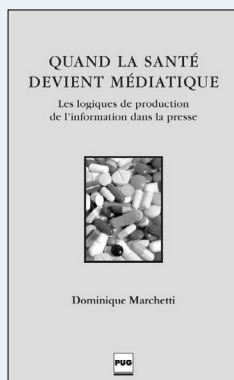
Vivendi, la maison mère de Canal+, n'a pas renoncé à verser des dividendes selon un article du site en ligne Les Jours daté du 6 avril. L'entreprise va aussi racheter ses actions afin de faire artificiellement monter leur cours. Le groupe est, selon Les Jours, « *en pleine forme financière* », même si les revenus de Canal+ sont en berne selon son directeur général. Le groupe comptait pourtant avoir recours au chômage partiel, *via* Canal+. Allant ainsi à l'encontre des recommandations du ministre de l'Économie Bruno Le Maire qui avait demandé aux entreprises d'être « *exemplaires* » et de ne pas verser de dividendes en cas de recours aux deniers publics.

LAGARDÈRE GALÈRE, BOLLORÉ ET ARNAULT À L'AFFÛT

Arnaud Lagardère est en mauvaise posture: endetté jusqu'au cou, il est confronté à la fronde de l'actionnaire principal du groupe Lagardère, le fonds Amber Capital. Dès lors, il mobilise ses soutiens: fin février, il nommait Nicolas Sarkozy au conseil de surveillance du groupe propriétaire des journaux *Paris Match*, *Le Journal du Dimanche* et de la radio Europe 1. Une nomination qui n'est pas passée inaperçue: dans un communiqué publié le 3 mars, les sociétés des rédacteurs et des journalistes de ces médias s'inquiètent « *du risque que cette nomination fait peser sur [leur] crédibilité* ». Arnaud Lagardère a sauvé *in extremis* son poste de dirigeant lors de l'assemblée générale du groupe le 5 mai, mais l'opération sauvetage se poursuit. Vincent Bolloré annonce le 21 avril une prise de participation – *via* Vivendi – à hauteur de 10,6 % du capital. Un soi-disant « *placement financier* » pour celui qui a déjà mis au pas le groupe Canal. Bernard Arnault vient quant à lui d'annoncer voler à la rescousse du fils de son grand ami Jean-Luc, en investissant 100 millions d'euros pour l'aider à payer ses dettes. Tant de générosité ne saurait être purement désintéressée...

DENIS OLIVENNES NOMMÉ DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LIBÉRATION

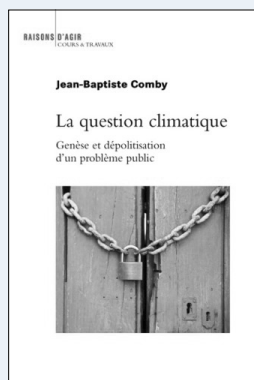
Le 14 mai, Altice France annonçait la création d'un fonds de dotation à but non lucratif dans lequel il transférerait la société éditrice de *Libération*. Dans un communiqué, le groupe s'engage à éponger les dettes du journal et à « *lui donner, progressivement, les moyens nécessaires au financement de son exploitation future et ainsi garantir son indépendance à long terme* ». Le jour même, l'équipe du journal saluait l'initiative mais s'interrogeait sur cette annonce non concertée et regrettait le flou autour du projet. Rebondissement le 11 juin: Altice annonce la nomination de Denis Olivennes comme nouveau cogérant, avec Laurent Joffrin. Un article de *Libération* publié le jour même fait état des « *objections* » de la rédaction. Auquel l'homme d'affaires a tenté de répondre, affirmant qu'il n'était pas là pour réduire les coûts, ni pour imposer ses opinions politiques « *de gauche libérale* » (sic) ou comme « *cheval de Troie de Daniel Kretinsky* ». Olivennes siège en effet au conseil de surveillance de CMI France, le groupe de presse du milliardaire tchèque. Les promesses n'engagent que ceux qui les écoutent... ■



Quand la santé devient médiatique

Dominique Marchetti,
Presses universitaires de Grenoble, 2010

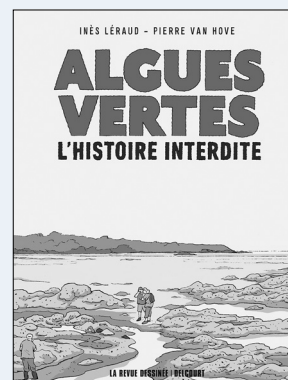
Comment certaines questions de santé deviennent des « événements » à la Une des médias ? Dominique Marchetti analyse les ressorts sociohistoriques à l'œuvre dans la production de l'information médicale en France, depuis la genèse de cette rubrique et son installation dans le paysage médiatique. L'enquête sociologique prend pour étude de cas l'affaire dite du « sang contaminé » survenue dans les années 1990 ; période qui entérine la transformation structurelle de l'univers journalistique et de la division des tâches entre ses journalistes, devenus fortement dépendants des logiques économiques. Temps courts (« l'urgence est souvent la norme »), uniformisation des contenus susceptibles d'intéresser une large audience, concurrence pour la recherche du scoop... L'information médicale est devenue une information « grand public », cristallisant de puissants enjeux professionnels et commerciaux. ■



La question climatique : Genèse et dépolitisation d'un problème public

Jean-Baptiste Comby,
Raisons d'agir, 2015

« Les Français sont responsables de 50 % des émissions de gaz à effet de serre ». Abondamment repris par les journalistes et les pouvoirs publics, ce « coup de force statistique », émanant d'une agence d'État, est symptomatique du traitement médiatique des questions environnementales. À partir de l'étude des propriétés sociales des entrepreneurs de la question climatique en France dans les années 2000 (scientifiques, journalistes, experts, hauts fonctionnaires...), l'ouvrage analyse comment s'est imposé un cadrage médiatique privilégiant la promotion de mesures d'ordre individuel, moralisantes et dépolitisées. Cette doxa sensibilisatrice est d'autant plus insidieuse qu'elle « met à l'abri de la critique les logiques économiques et politiques » à l'œuvre dans le changement climatique. ■



Algues vertes. L'histoire interdite

Inès Léraud et Pierre Van Hove,
La Revue dessinée-Delcourt, 2019

Enquêter sur des questions de santé publique, mettre à jour des scandales sanitaires, en pointer les causes, dévoiler des mensonges d'État, c'est aussi risquer de subir de nombreuses tentatives de censures, procès-bâillons, intimidations, et autres entraves au droit d'informer. La journaliste Inès Léraud, qui raconte en BD la prolifération d'algues vertes en Bretagne en raison des pratiques de l'agro-industrie, et les risques qui en découlent, en a fait l'expérience. Des pétitions, une tribune parue dans *Libération* et une lettre ouverte au président de la région Bretagne ont été publiées en mai pour la soutenir, appelant à « défendre la liberté d'informer face aux intérêts privés qui aimeraient la restreindre. » Vis-à-vis du secteur agro-alimentaire comme partout, le combat pour le droit d'informer et pour le droit à l'information est nécessaire... surtout en temps en crise. ■

DANS UN UNIVERS PARALLÈLE, PASCAL PRUDA ET SES ACOLYTES DU JOUR (LAURENT JIFFRON, IVAN FOIROUL ET GÉRARD CRECELL) REÇOIVENT TOM CRANNIGUEL, VENU DÉFENDRE UNE THÈSE FARFELUE : LA TERRE EST PLATE.



... ET LA PARODIE !

MÉDIACRITIQUES

N°35

REVUE TRIMESTRIELLE
D'ACRIMED

COVID: ÉTAT D'URGENCE MÉDIATIQUE

04 DOCTEUR CYMÈS
ET MISTER MICHEL

08 LES ÉDITOCRATES
SERRENT LES RANGS
DERRIÈRE MACRON

12 LES ÉCONOMISTES
DE BRUNO LE MAIRE
SATURENT LES MÉDIAS

16 L'INSTITUT MONTAIGNE
FAIT LA UNE:
«TRAVAILLEZ PLUS!»

22 AU NOM DU PLURALISME...
TAISEZ-VOUS!

25 LES INJONCTIONS
ASSOURDISSANTES
DES MAGAZINES
FÉMININS

30 *LE PARISIEN* COIFFE
LE KÉPI DANS
LES QUARTIERS
POPULAIRES

36 LE TABAC
PROTÈGE DU COVID?
GARE À L'ENFUMAGE...

38 LA PRESSE IMPRIMÉE
AU TEMPS DU CORONAVIRUS

ET DANS LES RUBRIQUES...

03 TF1 ET
LA CULTURE:
DES PAROLES
ET DES ACTES

11 «MEILLEUR
DU PIRE»
DU CONFINEMENT

24 «COMLOTISME»