

MÉDIACRITIQUES

REVUE TRIMESTRIELLE
D'ACRIMED

INFO EN CONTINU... JOURNALISME À LA CHAÎNE



MIEUX QUE NETFLIX... **BFM-TV!**

Les «longs formats» de BFM-TV font la part belle au sensationnalisme: fascination pour les puissants, personnalisation, dépolitisation de la politique. Comme dans une série télévisée, l'actualité est romancée, et le journalisme... aux abonnés absents.



« **L**es chaînes d'information françaises sont indépendantes et non partisanses », déclarait Marc-Olivier Fogiel, main sur le cœur, en novembre 2019 dans *Les Échos*. Il faut dire qu'en matière d'indépendance le désormais patron de BFM-TV sait de quoi il parle : au cours de sa longue carrière de mercenaire du PAF, il s'est successivement mis au service des groupes Lagardère et Bouygues, en passant par Canal+ et M6. Sans même parler de sa proximité affichée avec le couple Macron.

Indépendantes, les chaînes d'info ? L'affirmation a de quoi faire sourire. En dehors de Franceinfo et France 24, elles sont la propriété de trois industriels : Patrick Drahi (BFM-TV et i24News), Vincent Bolloré (CNews) et Martin Bouygues (LCI). Et leurs investissements, dans un secteur majoritairement déficitaire, n'ont rien de désintéressés. Par-delà la valorisation de l'image de marque, ils s'inscrivent avant tout dans une logique d'influence : multiplier des plateaux, les invités, les obligés. De manière directe ou indirecte, contrôler et façonner la parole médiatique.

La qualité de l'information ? Une variable d'ajustement. Les chaînes d'info sont emblématiques d'un modèle d'information « low-cost » : budgets réduits au possible, travail journalistique automatisé, recyclage généralisé d'informations produites ailleurs... Un modèle basé avant tout sur les recettes publicitaires, et qui induit une concurrence acharnée pour des parts d'audience (p. 4). Sous les décors et plateaux clinquants, c'est l'usine : les journalistes produisent vite et mal des contenus sitôt « consommés », sitôt oubliés. De quoi « *anéantir de fait le journaliste en tant que travailleur intellectuel autonome* », comme le souligne Sophie Eustache (p. 17).

Même sur le service public, il semble qu'il soit difficile de penser l'information en continu

« autrement ». France Télévisions en eut la prétention au moment de créer sa chaîne d'info en 2016 (Franceinfo) ; mais le slogan n'aura pas fait illusion bien longtemps, et les programmes de la chaîne publique reflètent peu ou prou ce qui se fait (mal) ailleurs (p. 21).

À des degrés divers, toutes ces chaînes « low-cost » portent haut les couleurs du journalisme de commentaire et de pseudo-« débats » à sens unique, où « experts », sondologues et communicants rivalisent de banalités en continu pour pas cher (p. 13). « *Il existe une sorte de paresse intellectuelle. Tout le monde se copie, ronronne un peu, emploie les mêmes termes pour parler des mêmes sujets* », note David Pujadas, dans un (rare mais cynique) éclair de lucidité (*Le Monde*, 25 août).

Les crises politiques et sociales en font particulièrement les frais, qui voient les rédactions coiffer le képi et jouer la partition du maintien de l'ordre (p. 19). Mais la petite musique est en réalité permanente : la médiocrité des dispositifs de débat, le suivisme à l'égard d'agendas politiques sécuritaires, l'absence de réel pluralisme sur les plateaux sont autant de facteurs qui normalisent, jour après jour, le traitement des thématiques les plus droitières dans le débat public.

Lesquels permettent aux promoteurs des idées d'extrême droite d'être parfaitement à l'aise sur les chaînes d'info (p. 27), et contribuent à de réguliers matraquages réactionnaires (p. 36). Une politique éditoriale (souvent) assumée : certaines émissions de débats s'arrachent les agitateurs racistes comme de véritables produits d'appel (p. 40).

Alors, « non partisanses », les chaînes d'info ? Voire... Au-delà des apparences de « neutralité » que de trop nombreux commentateurs leur accordent encore, elles véhiculent un modèle de « journalisme » toujours plus pauvre, et toujours plus aux ordres. ■

ours

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

Bruno Dastillung, Lucile Dumont, Jérémie Fabre, Maxime Friot, Lucile Girard, Frédéric Lemaire, Blaise Magnin, Antonin Padovani, Jean Pérès, Pauline Perrenot, Mathias Reymond, Thibault Roques, Kahina Seghir

Illustration de Une

Soulié

Dessins

Colloghan

Conception graphique

Adrien Labbe

Mise en page

Olivier Poche

Typographies

Audimat 3000, Bely, Giorgio, Minimum

Achévé d'imprimer en 10/2020 par Corlet Imprimeur

14110 Condé-en-Normandie

n° d'imprimeur : 19090500

Imprimé en France

Dépôt légal : octobre 2020

Commission paritaire : 1223 G 91177

ISSN : 2256-8271



HAPPIMVERT

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 intransigeante. 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

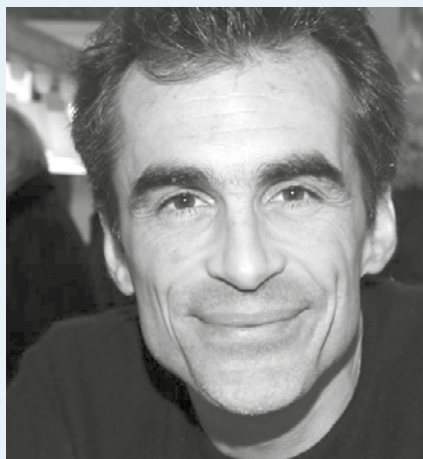
DERNIÈRES NOUVELLES DE SAINT-GERMAIN-DES-PRÉS

Au sortir de l'«affaire Moix» il y a un an à peine, on croyait en avoir fini avec les chefs-d'œuvre annoncés – et obligés – de la rentrée littéraire, mauvais feuilletons familiaux rédigés d'une plume aussi narcissique que satisfaite. Sachons gré à Raphaël Enthoven, moraliste de notre temps, de nous gratifier à son tour d'un roman en forme d'autofiction, *Le Temps gagné*, dans lequel on croise une galerie de personnages trop méconnus : son père (l'éditeur Jean-Paul Enthoven), l'ami de son père (un certain Bernard-Henri Lévy), la fille de celui-ci et ex-femme de Raphaël (Justine Lévy, autrice de *Rien de grave* qui avait provoqué une onde de choc semblable il y a une quinzaine d'années dans le VI^e arrondissement parisien), la femme de celui-ci (Arielle Dombasle), l'une des femmes de Raphaël, Carla Bruni, pour ne citer qu'eux.

S'il n'appartient pas à Acrimed de s'exprimer sur la qualité de l'ouvrage qui a tout d'une affaire de famille en dépit de la portée universelle vantée par son auteur, force est de constater que la tournée médiatique du chroniqueur-enseignant-philosophe-conférencier est déjà une belle réussite. Car pour les essayistes de son espèce, un bon livre est d'abord et avant tout le fruit d'un battage médiatique bien orchestré. Rien ni personne ne manquent à l'appel : la presse people, populaire et grand public n'hésite pas à jouer les intermédiaires dociles – *Gala*, *Paris Match* et *Voici* sont au rendez-vous. Notre romancier a aussi les honneurs de «La Grande Interview» matinale sur RTL ainsi que ceux du «Grand Matin» sur Sud Radio. Autant de médias d'ordinaire peu enclins à inviter artistes ou intellectuels

mais qui, quand ils tiennent un grand livre, ou plus simplement un bon client vu à la télé, entendu à la radio, invité partout et tout le temps, se risquent sur des terrains inhabituels.

Les grands titres de la presse française ne sont pas en reste : *Le Monde*, via l'écrivaine Camille Laurens, recense l'ouvrage (certes qualifié de «roman-bourbier du philosophe médiatique») ; *Le Figaro* frappe fort via son journaliste-humoriste-écrivain-critique-réalisateur Frédéric Beigbeder, également omniscient et bon à tout faire, surtout l'éloge de ses amis. Ainsi, dans un article où il



mêle (fausse) subversion et (vraie) proximité, il ne craint pas d'encenser dos à dos père et fils pour mieux les réconcilier (on se souviendra que Jean-Paul Enthoven est l'éditeur de notre trublion chez Grasset). Beigbeder célèbre «une dynastie d'écrivains» (attendons quand même la postérité...) et situe le brûlot du fils «quelque part entre Les Mots de Sartre et Orléans de Moix». À vous de choisir... «Peut-on aimer les deux romans de la famille Enthoven?» s'in-

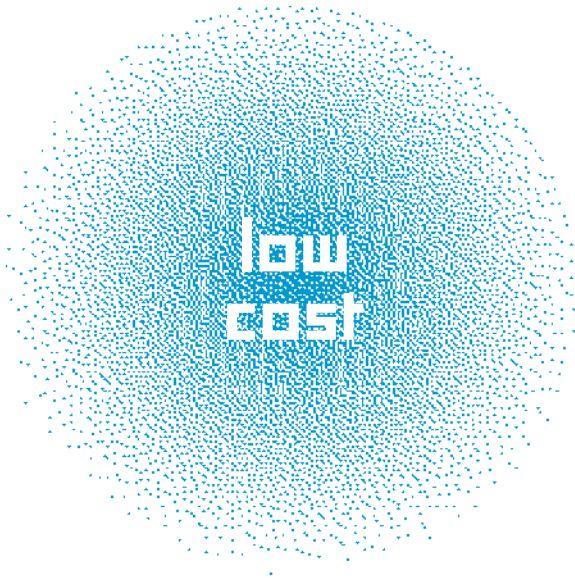
terroge faussement Frédéric Beigbeder. «La réponse est oui», tranche le publicitaire dont le papier est retweeté derechef par notre fougueux Raphaël.

Décidément incontournable, *Le Temps gagné* fera aussi l'objet d'une dispute dans l'émission de France Inter «Le Masque et la Plume», dans laquelle Beigbeder – toujours lui – tentera désespérément de sauver l'*opus magnum* de son cadet, «un des grands livres de la rentrée», ce qui ne coûte rien sinon l'espoir d'un renvoi d'ascenseur pour une parution ultérieure...

On préférerait laisser toutes ces grandes plumes à leurs péripéties nombri-listes et au confort de l'entre-soi. Pourtant, il n'y a rien de rassurant à voir une nouvelle fois le monde des lettres s'apparenter à un monde de connivences et de complacités dans lequel la surface médiatique est le meilleur gage de la reconnaissance littéraire et où on ne sait plus vraiment qui est auteur, intermédiaire culturel ou animateur de réseaux sociaux (sur lesquels notre romancier se fait fort «d'injecter de la civilisation et de la dialectique», en toute modestie bien sûr.)

C'est surtout l'état de délabrement du journalisme culturel qui inquiète, obligé de se pencher sur des œuvres dont tout le monde finit par parler sans dire ni savoir vraiment pourquoi. Ou en ne le sachant que trop. Le service public, par l'entremise de Laure Adler, n'y résiste pas plus que les autres : «Ce soir sur France Inter Raphaël Enthoven est dans "L'Heure bleue" [...] Il nous fait rire, il nous surprend, il nous agace, il nous enchante! Raphaël Enthoven, pour son premier roman intitulé *Le Temps gagné*, est notre invité.» Permanent, plus que jamais.

Si depuis Karl Kraus, tout semblait avoir été dit sur les accointances suspectes et les proximités indéfendables régnant dans l'univers médiatico-intellectuel, cela ne suffit manifestement pas à couper au «roman le plus germanopratin de l'année» selon *Vanity Fair* – titre qu'on ne pourra lui enlever. Courage, fuyez. ■



low
cost

UN JOURNALISME À LA CHAÎNE

Pointées du doigt comme modèles de la «mal-information», les chaînes d'information en continu concentrent les critiques: information spectacle, remplissage, prééminence du commentaire sur le reportage ou l'analyse de fond... L'information en continu apparaît cependant non comme une dérive, mais comme le miroir grossissant des travers du système médiatique actuel.

Souvent allumées en bruit de fond dans les bistrot ou les salons, les chaînes d'information en continu sont devenues familières. Ces trente dernières années, elles ont accompagné les transformations de l'espace médiatique – et y ont contribué. Un bref historique du développement de l'information en continu en France permet de retracer les différentes dimensions de ce nouveau modèle de diffusion de l'information. De quoi alimenter la réflexion et la critique.

FRANCE INFO (1987) OU LE «SELF SERVICE» DE L'INFORMATION

L'information en continu est une invention (relativement) récente. La première chaîne télévisée «tout-info» est états-unienne: il s'agit de CNN (Cable News Network) lancée le 1^{er} juin 1980 par l'homme d'affaires Ted Turner (nous y reviendrons). En France, le premier média à mettre en œuvre le principe de l'information en continu est une station de radio.

France Info est lancée le 31 mai 1987 par Radio France. Le concept s'inspirait, non de CNN – où le direct occupe une place bien plus importante – mais de celui des radios états-uniennes «all news» (tout info) aux grilles de programmes rigides et au ton sobre.

Une formule qui donne à l'antenne des allures d'horloge parlante (ou encore de «robinet à nouvelles»).

La grille de France Info repose à l'origine sur une série de boucles, en grande partie préenregistrées, qui se succèdent toutes les demi-heures. Avec un journal d'information (sept minutes) et le rappel des titres tous les quarts d'heure, le tout est émaillé de chroniques (bourse, sport, culture, santé, consommation...) ou de reportages de moins de deux minutes s'enchaînant selon une mécanique bien huilée. Des boucles qui évoluent selon les tranches horaires (premier pic d'audience, de 5 h à 9 h, consacré à l'info; tranche centrale de 9 h à 17 h 30 avec davantage de chroniques; second pic d'audience de 18 h à 20 h; puis les tranches du soir et de la nuit).

Malgré un certain scepticisme entourant le projet, France Info trouve rapidement son public: 1 million d'auditeurs cumulés en 1988, jusqu'à 4,7 millions en 1996, d'après les chiffres de Médiamétrie¹. La station, qui évolue à la fin des années 1990 vers une formule légèrement moins rigide, parvient à se maintenir malgré la concurrence accrue sur le secteur de l'information en continu (internet, chaînes télévisées...). En 2019, elle cumule 4,1 millions d'auditeurs selon Médiamétrie, ce qui en fait la quatrième radio nationale derrière France Inter, RTL et NRI

1. L'audience cumulée, calculée par Médiamétrie, estime annuellement par sondage le nombre d'auditeurs ayant été en contact avec un programme ou une station de radio. Chaque personne qui écoute plus d'une seconde une station de radio est comptabilisée comme auditeur.

(et la deuxième pour les catégories socio-professionnelles élevées – CSP+).

En 1987, le concepteur de France Info, Jérôme Bellay, alors directeur de l'information de Radio France, expliquait vouloir créer «un self-service de l'actualité pour l'homme pressé». Bref, «de l'information de consommation» pour des auditeurs qui «resteront à l'écoute un quart d'heure en moyenne²». Il proposait ainsi une première conception de l'information en continu: une offre d'information rapide, disponible à toute heure, à destination des CSP+.

LCI (1994): «LA CHAÎNE DES INVITÉS»

Jérôme Bellay ne restera que deux ans à la tête de France Info. Mais son expérience sera mise à profit par TF1, dont le patron Patrick Le Lay souhaite créer la première chaîne télévisée française «tout-info». La Chaîne Info (LCI) diffusera pour la première fois le 24 juin 1994, sur le câble. Bellay en sera le maître d'œuvre, avec Christian Dutoit, alors directeur général adjoint de TF1. On évoque alors dans la presse un «syndrome CNN». Pourtant le concept de LCI met moins l'accent sur la dramaturgie du direct et des «*breaking news*» (les éditions spéciales) que son homologue états-unienne. Son domaine de prédilection: les débats télévisés.

Christian Dutoit évoque un des arguments ayant prévalu à la création de LCI: «*Cette chaîne sera un instrument de pouvoir.*» Selon lui, «*20 000 à 25 000 Français se considèrent comme des acteurs de premier plan de la vie politique, économique, religieuse, intellectuelle, scientifique.*» Et d'en conclure: «*Si nous ouvrons une chaîne d'information, on se fera 25 000 copains³.*»

Le principe est simple: multiplier les plateaux, les invités, et au moins en partie, les obligés. L'avantage: en période de disette d'actualité, il est toujours possible de discuter entre «*copains*». La chaîne va, à cet égard, multiplier les partenariats avec la presse écrite, comme le notaient Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts en 2004 dans les colonnes de *Libération*:

Dès l'ouverture de l'antenne, LCI conclut avec le quotidien économique Les Échos, le premier d'une longue liste de partenariats. En 1997, le «Grand Jury-RTL-Le Monde», rendez-vous politique dominical, débarque sur l'antenne. Puis ce sera Le Monde et son directeur de la rédaction, Edwy Plenel, qui anime encore aujourd'hui «Le Monde des idées». On compte aussi Imbert/Julliard où, tels les deux vieux du Muppet Show, les éditorialistes du Point et du Nouvel Observateur pérorant à n'en plus finir (Imbert jetant l'éponge, il devrait être rem-

«**Cette chaîne sera un instrument de pouvoir.**»

JEAN-PIERRE, VOUS QUI ÊTES SUR PLACE, QUE POUVEZ-VOUS NOUS DIRE ?

EH BIEN, JEAN-PIERRE, À L'HEURE ACTUELLE, TOUT CE QUE JE PEUX DIRE C'EST QUE NOUS N'AVONS PAS PLUS D'INFOS QU'IL Y A UN QUART D'HEURE

JE PEUX TOUT DE MÊME PRÉCISER QUE JE VAIS TERMINER MA PHRASE

... APRÈS QUOI VOUS ALLEZ FAIRE UNE PÉRIPHRASE DE MON LAÏUS COMME S'IL S'AGISSAIT D'UNE SYNTHÈSE

ET QU'AINSI, ON AURA RÉUSSI À FAIRE 4 MINUTES DE DIRECT SANS RIEN DIRE.

Collophane

placé par Luc Ferry). En 1999, c'est au tour du Figaro d'entrer dans la danse avec la Vie des médias, conçue par Emmanuel Schwartzberg, chef des pages communication du quotidien⁴...

À son lancement, certains esprits chagrins rebaptisaient déjà LCI «la chaîne des invités»... Elle sera néanmoins la première chaîne de télévision française à mettre en œuvre un format «d'édition spéciale». À peine quelques mois après son lancement, la chaîne retransmet en direct les images de l'intervention du GIGN, le 26 décembre 1994, sur le tarmac de l'aéroport de Marignane – qui aboutira à la libération des passagers et membres d'équipage d'un Airbus pris en otage par un commando du Groupe islamique armé (GIA). Pour la première fois se met en place un dispositif désormais familier aux téléspectateurs des chaînes d'information en continu:

2. «La belle réussite de France Info», *Le Monde*, 10 fév. 2001.

3. Pierre Péan et Christophe Nick, *TF1, Un pouvoir*, Fayard, 1997.

4. «LCI, soyeux anniversaire», *Libération*, 25 avr. 2004.

À l'antenne de LCI, l'écran est coupé en deux avec, d'un côté, les journalistes et les experts qui défilent en plateau et, de l'autre, un plan sur l'avion immobilisé. C'est la première fois que la chaîne diffuse des images en direct d'un événement. «On ne faisait pas de breaking news pour le moindre trou de golf raté comme aujourd'hui», ironise Guillaume Durand [NDLR: alors directeur adjoint de la rédaction de LCI]. «Nous avons ainsi meublé l'antenne pendant plusieurs heures afin de ne rien louper, car nous savions que le GIGN allait donner l'assaut», se rappelle encore Philippe Ballard [NDLR: alors journaliste de LCI]⁵.

LCI a ainsi dessiné les contours de l'information en continu telle que nous la connaissons actuellement: multiplication des plateaux et débats, laissant une large place aux copinages au sein du monde des médias et bien au-delà; et plus occasionnellement, directs commentés et remplissage caractéristique du journalisme de commentaire en continu. La diffusion payante de la chaîne (jusqu'en 2016), par câble, bouquet satellitaire CanalSat, puis Télévision numérique terrestre (TNT) la cantonnera néanmoins à un public restreint, issu de catégories aisées. Bientôt, deux autres chaînes lui feront concurrence, en proposant leur propre approche de l'information en continu.

I-TÉLÉ (1999): L'ÉCHEC D'UNE CHAÎNE D'INFO «DE TERRAIN»

Le passage de témoin se poursuit, avec le lancement de I-Télévision par Canal+ le 4 novembre 1999 sous la direction... de Christian Dutoit. La chaîne se distingue par une approche originale: couvrir l'actualité depuis le terrain. Avec, parmi les 70 journalistes de la rédaction, une majorité de jeunes journalistes-reporters d'images (JRI) multicartes (et faiblement rémunérés) envoyés dans une trentaine de villes de France. Un journal court est diffusé tous les quarts d'heure, intégrant les informations régionales. L'objectif selon le chef de la rédaction Noël Couédel étant «d'allier les avantages de LCI et ceux de France 3⁶». Ou encore de «raconter la France exacte», selon un concept une nouvelle fois inspiré des États-Unis: celui de la chaîne New York One, reposant sur la réactivité des JRI et les directs. Avec un matériel dernier cri:

Pour [fournir des images de terrain], des «estafettes» aux couleurs de la chaîne sillonnent la France. Suréquipés, ces véhicules permettent de monter les reportages et de les diffuser au moyen d'une liaison satellite. Grâce à quoi, les journalistes peuvent retransmettre leurs images seulement trente à soixante minutes après le début d'un événement⁷.

Ce projet va cependant rencontrer plusieurs écueils: le manque supposé de professionnalisme



de ses équipes, raillé par certains commentateurs y compris en interne («Les Guignols de l'Info» ou le «Zapping») suite à plusieurs dysfonctionnements ou ratés à l'antenne. Les conditions de travail des «reporters» de la chaîne n'y sont pas pour rien, comme l'indiquent Dominique Marchetti et Olivier Baisnée dans un article sur l'économie de l'information en continu: *Quant [aux journalistes d'I-Télévision] qui sont envoyés en reportage, les temps impartis pour faire les images et les sonores sont réduits parce qu'ils doivent, en amont, préparer rapidement leur terrain, essentiellement en donnant quelques coups de téléphone, en lisant ou en écoutant les confrères; en aval les monter au plus vite sans compter qu'ils peuvent éventuellement être mobilisés pour faire des «directs». Le temps de recueil de l'information sur le lieu de l'événement est donc relativement faible. Les quelques descriptions qui nous ont été rapportées sur le travail des JRI d'I-Télévision montrent notamment l'importance du temps accordé aux problèmes purement techniques durant la préparation, la réalisation et la transmission de leurs reportages ou de leurs directs. Autrement dit, on est loin de la vision idéalisée du journalisme de reportage⁸.*

Après 18 mois de fonctionnement, I-Télévision rassemble à peine le tiers de l'audience de LCI. Mais le coup de grâce au projet d'une chaîne d'info «de terrain» va surtout être porté par un plan social mis

5. «En 1994, l'assaut d'un Airbus lance l'info en direct», *Le Monde*, 5 août 2017.

6. «I-Télé: des corsaires à l'abordage de LCI. La nouvelle chaîne tout-info de Canal+ mise sur la jeunesse», *Libération*, 27 sept. 1999.

7. «En 1994, l'assaut d'un Airbus lance l'info en direct», art. cit.

en œuvre en 2001, touchant un tiers de ses effectifs, suite au renforcement de la participation de Vivendi dans Canal+. Les départs de Christian Dutoit et Noël Couëdel signent l'abandon de l'approche initiale. La rédaction d'I-Télévision est fusionnée à celle de Canal+ et la chaîne se «normalise» avec une grille articulée autour de journaux programmés toutes les demi-heures, des magazines et des débats.

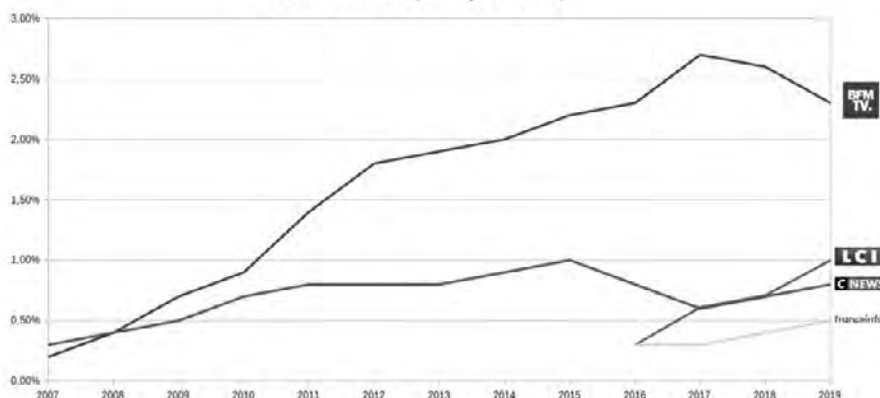
Cette orientation se confirme avec le lancement de la chaîne, entre-temps rebaptisée I-Télé, sur la TNT le 14 octobre 2005. La grille est organisée autour de plusieurs tranches (matinale, mi-journée, soirée et soir, présentées par des «figures», Laurent Bazin, Harry Roselmack, Guillaume Durand, Samuel Étienne...), de rendez-vous quotidiens et de magazines hebdomadaires. L'objectif, comme pour LCI, est de cibler les catégories supérieures (CSP+) et en particulier les jeunes actifs. À noter un aspect loin d'être anodin : alors que TF1 choisit de prolonger un modèle économique basé sur une information payante pour LCI, Canal+ fait finalement le choix du gratuit pour sa chaîne d'information en continu. Du coup, la concurrente directe de I-Télé ne sera plus LCI, mais la «petite nouvelle» également diffusée gratuitement sur la TNT : BFM-TV.

BFM-TV (2005): «PRIORITÉ AU DIRECT»... ET AUX ANNONCEURS

BFM-TV est lancée le 28 novembre 2005 sur la TNT gratuite, par le groupe NextRadioTV (RMC, BFM) dirigé par Alain Weill. La convention de la chaîne avec le CSA prévoit qu'elle soit «consacrée à l'information, notamment à l'information économique et financière». Initialement présentée comme une déclinaison de la radio éponyme du groupe, elle va en réalité largement déborder le cadre de l'information économique.

La chaîne va s'inspirer avec un certain succès de certains principes mis en œuvre vingt ans plus tôt par CNN : le développement et la banalisation du direct («priorité au direct» selon la formule chère à la chaîne); des journaux et éditions «tout en images»; l'exploitation des événements à travers une mise en récit et une dramaturgie; la personnalisation et la mise en avant de présentateurs vedettes. En charge de sa conception, l'agence Dream On

Évolution de l'audience des 4 chaînes d'information françaises (2007 - 2019)



Source Médiamétrie

explique avoir conçu «l'habillage» de l'antenne «à partir des signes statutaires propres aux chaînes d'information anglo-saxonnes : grandiloquence, scénarisation de l'information, mise en scène des journalistes phares de l'antenne. [...] Pour les éditions d'information, une nouvelle représentation de la terre qui illustre littéralement la vocation de BFM : tout info, 24h/24⁹».

Un aspect déterminant de la stratégie de BFM-TV : la chaîne est diffusée gratuitement, et son modèle économique se distingue de celui d'une chaîne payante telle que LCI. Il repose exclusivement sur la

publicité. Pour séduire les annonceurs, le groupe NextRadioTV ne lésine pas sur les moyens : en 2007, parmi ses 350 salariés, 50 travaillent pour la régie publicitaire.

Ce modèle d'information en continu gratuite basé sur la publicité va devenir dominant à partir de 2005. BFM-TV et I-Télé vont, en particulier, se livrer une concurrence

frontale à la fois en termes d'audience et de revenus publicitaires, la seconde s'alignant sur le «modèle» de la première. L'enjeu consiste à capter le segment restreint mais stratégique et recherché par les annonceurs, donc particulièrement rémunérateur : celui des catégories aisées. Dans un article pour *Le Monde diplomatique*, Marc Endeweld rapporte les propos d'un salarié de la régie publicitaire de NextRadioTV :

La cible de BFM-TV est intéressante pour les publicitaires, les CSP+ donnent une image à la fois sérieuse, nouvelle et moderne aux produits. Dans un plan média, c'est dynamique d'avoir un "package chaîne info". On en propose autour de 100 000 euros.

“On est loin de la vision idéalisée du journalisme de reportage.”

8. «L'économie de l'information en continu», *Réseaux*, 2002/4, n° 114.

9. «BFM-TV : L'habillage» [archive], sur interactvonline.fr, 18 nov. 2005.

Du coup, les grandes marques obtiennent pour pas très cher un maximum de diffusion, et, au final, un effet matraquage, valorisant et valorisé¹⁰.

En réalité, le modèle économique des chaînes d'information en continu est fragile. En 2019, LCI et CNews (ex I-Télé) étaient déficitaires à hauteur de 27 et 10 millions d'euros respectivement. Seule BFM-TV était bénéficiaire, avec un résultat net de 2,2 millions d'euros. C'est que la chaîne d'Alain Weill a une longueur d'avance sur ses concurrentes. Si entre 2006 et 2009, BFM-TV et I-Télé se proclament chacune régulièrement « première chaîne d'information de France », la première prend cependant une avance significative dès 2011 selon les chiffres de Médiamétrie (voir graphique p. 7). Les arrivées de LCI puis de Franceinfo sur la TNT gratuite en 2016 ne bousculeront pas cette position dominante.

UN MODÈLE D'INFORMATION « LOW COST »

Comme le note Marc Endeweld, un des succès d'estime de BFM-TV est d'avoir trouvé son audience malgré un budget limité. Alain Weill n'hésite pas à présenter sa chaîne comme « low cost » (à bas coût). Son budget, en 2006, est de 15 millions d'euros contre 52 millions pour LCI et 42 millions pour I-Télé, et son effectif ne dépasse pas les 60 journalistes. Ce modèle d'information « low cost » est cependant loin d'être l'apanage de BFM-TV – même si la chaîne d'Alain Weill est parvenue à le mettre en œuvre avec un certain « succès ». « *L'une des principales propriétés des chaînes d'information en continu est précisément le décalage entre le volume de production de la chaîne et les effectifs des rédactions ou encore les budgets* », indiquaient déjà en 2002 Dominique Marchetti et Olivier Baisnée. Les rédactions de LCI et de I-Télévision comptaient alors une centaine de journalistes, contre 330 à France 2 et 320 au Monde.

Le constat est toujours largement valable aujourd'hui. Si BFM-TV est passée d'une soixantaine de journalistes à ses débuts à 170 journalistes en 2012, les chaînes plus récentes se situent dans une moyenne bien plus basse : 70 journalistes pour Franceinfo et une soixantaine pour CNews en 2017¹¹. Cette dernière sort alors d'un conflit social ayant conduit au « départ » de 94 journalistes sur les 120 qui constituaient la rédaction. À titre de comparaison, *Le Monde* comptait près de 500 journalistes en

En 2019, BFM-TV était la seule chaîne d'info à dégager un bénéfice.

2019. S'agissant des budgets, la différence est encore plus saisissante : le budget de BFM-TV s'élevait à environ 50 millions d'euros en 2011 ; le budget des programmes de TF1 était de 950 millions d'euros la même année.

L'information en continu est donc, bien au-delà du seul cas de BFM-TV, synonyme d'information « low cost ». Et d'une organisation du travail stakhanoviste : « *Le rythme de production est beaucoup plus élevé que celui d'une rédaction audiovisuelle d'une chaîne hertzienne* », expliquaient Marchetti et Baisnée à propos de la chaîne d'info Euronews. Les journalistes doivent enchaîner les sujets pour nourrir le flux. Cette organisation du travail se traduit par une prédominance du « journalisme assis », ou encore « en desk », assuré par de jeunes recrues :

Comme dans une usine, chaque action est calibrée à la seconde près, chiffrée, rentabilisée. Les tâches, très routinières, sont réalisées à un rythme soutenu : deux heures suffisent à un journaliste « en desk » pour réaliser un sujet. Corvéables à merci, ils sont jeunes (30 ans environ de moyenne d'âge) et, pour la plupart, anciens élèves des grandes écoles de journalisme. « Débuter par une chaîne “tout info” est très formateur, car tu as la possibilité de partir sur des coups très vite », estime une recrue de BFM-TV qui, comme ses camarades, espère intégrer par la suite une rédaction plus prestigieuse. Ce qui peut expliquer ses concessions du moment¹².

Le journalisme assis consiste à réaliser des sujets entièrement à partir du bureau, en montant et en commentant des images fournies souvent par des tiers (agences, institutions, autres médias, archives, parfois même tournées par des particuliers) ou – cela arrive tout de même – par les JRI de

la chaîne. Les chaînes d'information en continu fonctionnent en grande partie comme des usines de traitement de contenus produits par d'autres :

Outre les images, ce sont plus largement les informations produites à l'extérieur qui font l'objet d'un retraitement, les rédacteurs puisant leur matière première dans la documentation, la presse écrite, des dépêches d'agences de presse écrite, les dope sheets [commentaires écrits qui

Grandiloquence, scénarisation de l'information, mise en scène des journalistes phares.

accompagnent les images] des agences audiovisuelles. C'est ce qui fait de certaines chaînes d'information en continu comme Euronews des sortes d'agences de presse bis ou de « supermarché de l'information » mettant à l'antenne des productions qui sont pour partie réalisées par d'autres¹³.

Et même lorsque des journalistes reporters d'image sont mobilisés pour couvrir un événement,



ils sont pris dans les contraintes d'une organisation du travail visant avant tout à réduire les coûts. À cet égard, le « modèle » I-Télévision a été précurseur : les (jeunes) journalistes envoyés sur le terrain par les chaînes d'info doivent pouvoir tout faire : se rendre sur place (à moindre frais), interviewer, parfois monter, ou encore réaliser un direct... Difficile, dans ces conditions, de prendre le temps de travailler en profondeur un dossier, de recouper les informations ou pour les JRI de conduire leurs interviews autrement que comme des porte-micros.

PRIORITÉ AU DIRECT... ET AUX DÉBATS INEPTES

Aux contraintes économiques s'appliquant au travail des journalistes de desk comme des JRI s'ajoute un second type de contrainte liée à la temporalité du format « tout info ». Les informations « chaudes » doivent être publiées le plus rapidement possible, une pression accrue par la concurrence entre les chaînes :

Le « direct » ou le « live » incarne davantage encore cette conception immédiate de l'information qui correspond à un idéal professionnel de faire coïncider l'action, l'énonciation et la diffusion [...] La « réactivité » à un événement est un critère essentiel de la compétence journalistique¹⁰.

Bref, « priorité au direct » comme le veut le slogan de BFM-TV. Et lorsque « l'actualité de crise » fait défaut, il faut assurer un remplissage du temps d'antenne. Pression constante de temporalités toujours plus courtes et d'un volume de production élevé, le tout dans un contexte de manque de moyens chronique... Un tel schéma conduit à une information de qualité médiocre : recyclage de contenus de tiers, circulation circulaire accrue de l'information, suivisme à l'égard des sources officielles, informations non recoupées, interviews sans contradictoire (ou presque), mise en récit, voire mise en spectacle de faits divers ou d'informations anecdotiques, petites phrases...

La multiplication des débats télévisés et autres plateaux de discussion est également une autre

10. « Des chaînes "tout info" bien peu dérangeantes », *Le Monde diplomatique*, juin 2007.

11. « Baromètre social de l'emploi des journalistes en 2017 », Club de la presse de Bordeaux, 17 mars 2017.

12. « Des chaînes "tout info" bien peu dérangeantes », art. cit.

13. « L'économie de l'information en continu », art. cit.

14. *Ibid.*



les obsessions et les pratiques « low cost » de leurs concurrentes. Au-delà de Franceinfo (voir p. 21), c'est aussi le cas à France 24, où une écrasante majorité de journalistes sont en réalité spécialisés dans le recyclage de dépêches. « *On est une entreprise de ravalement de l'info* », témoigne un journaliste de la chaîne¹⁵.

DES INSTRUMENTS D'INFLUENCE

Ce bref panorama de l'information en continu en France appelle plusieurs questionnements. À consulter les chiffres d'audience publiés par Médiamétrie, on constate que les parts des chaînes d'information en continu sont largement inférieures à celles des chaînes généralistes¹⁶. Les chaînes d'info, décrites comme les Moloch de l'information, seraient-elles en réalité des tigres de papier ? Et quel est l'intérêt, pour des groupes tels que Bouygues ou Vivendi, de posséder des chaînes déficitaires aux audiences réduites ?

En réalité, cette situation n'a rien d'original dans un secteur comme la presse, en berne depuis des décennies. Les investissements des industriels s'y inscrivent souvent dans une logique d'influence (symbolique, politique, économique) : posséder un journal permet non seulement de valoriser « l'image de marque » d'un groupe industriel, mais également d'exercer un relatif contrôle sur la parole médiatique¹⁷.

« *Pour un grand groupe audiovisuel, l'information fournit de la crédibilité* », expliquait ainsi en 2007 la directrice générale d'I-Télé. Mais au-delà de la crédibilité, le contrôle d'une chaîne d'information offre de l'influence. Dans le cas de LCI (« la chaîne des invités »), la chaîne a été conçue dès son lancement comme un moyen de « *poursuivre un important lobby en recevant quelque 3500 invités supplémentaires chaque année* » ; peu importe qu'elle soit déficitaire.

Mais c'est sans doute le changement de cap brutal imposé par Bolloré à I-Télé qui constitue l'exemple le plus spectaculaire de stratégie d'influence. Le site Les Jours lui dédie une série d'articles, et rend compte

manifestation du « low cost ». N'impliquant aucun travail journalistique ou presque, aucun frais d'enquête ou de tournage, avec des invités rarement rémunérés, ils représentent une option de choix pour remplir l'antenne à peu de frais. Et permettent, de surcroît, d'entretenir un réseau, si ce n'est un vivier d'intervenants souvent eux-mêmes issus du marigot médiatique. D'une teneur informative nulle ou presque, le journalisme de commentaire joue ainsi à plein sur les plateaux des chaînes d'info en continu. Autant d'innarissables robinets d'eau tiède ; autant de « disputes à clic » qui donnent tout particulièrement la prime aux provocations réactionnaires et aux obsessions de l'extrême droite, pas seulement sur CNews... (voir p. 27)

Les chaînes publiques ne dérogent pas à la règle, adaptant sous des formes à peine modifiées

La multiplication des débats télévisés est une autre manifestation du « low cost ».

¹⁵. Cité dans « Des chaînes "tout info" bien peu dérangeantes », art. cit.

¹⁶. Pour les chaînes d'info en 2019 sur la TNT gratuite : France Info (0,5 % de part d'audience), CNews (0,8 %), LCI (1 %) et BFM-TV (2,3 %) ; pour les chaînes généralistes : TF1 (19,5 %), France 2 (13,9 %), France 3 (9,3 %) et M6 (8,9 %).

de la manière dont l'homme d'affaires a imposé à CNews (ex I-Télé) une ligne éditoriale réactionnaire conforme à ses préférences politiques... voire religieuses¹⁸. Incarnée par plusieurs têtes d'affiches (Jean-Marc Morandini, Éric Zemmour, Pascal Praud), chroniqueurs et invités d'extrême droite omniprésents sur la chaîne, cette orientation vaut à CNews d'être qualifiée de Fox News à la française¹⁹. Ce tournant est d'ailleurs assumé à demi-mot par le directeur général de CNews, Serge Nedjar: *On ne regarde plus une chaîne info pour savoir ce qui se passe! On a toutes les actualités sur smartphone. La différence se fait sur l'expression [...] Nous sommes une chaîne d'opinions avec 50 intervenants réguliers extérieurs. Les sujets traités génèrent souvent des discussions vives avec des avis tranchés. Ce sont eux qui donnent l'impression de «droitiser», pas la chaîne*²⁰.

La chaîne qui n'a, bien sûr, aucune responsabilité dans le choix des invitations...

Des stratégies d'influence qui ont un impact bien au-delà de l'audience calculée par Médiamétrie. Les chaînes d'information en continu cherchent en effet tout particulièrement à s'adresser à un public issu de catégories sociales élevées, cadres, patrons, «décideurs» et également... journalistes. Dans les rédactions, les chaînes d'information sont allumées et jouent, directement ou indirectement, un rôle prescripteur sur ce qui fait ou non l'actualité. Autre aspect: la diffusion de leurs contenus sur les réseaux sociaux. Un aspect que souligne un ancien journaliste d'I-Télé qui revient sur le virage opéré par CNews: *«Ce n'est plus une chaîne d'information, c'est juste un agrégat de sujets qui peuvent faire le buzz sur internet*²¹.»

Décors clinquants, jingles tapageurs, animateurs affables, diffusion non-stop, les chaînes d'information en continu se donnent volontiers les atours de vaisseaux amiraux de l'information. La réalité est tout autre: celle d'un bricolage permanent, d'un manque de moyens chronique, de journalistes soumis à des cadences intenable pour recycler des contenus produits par des tiers. Le résultat: une information généralement de mauvaise qualité, non recoupée, et sans recul par rapport à leurs sources, notamment

Le changement de cap imposé à I-Télé, un exemple de stratégie d'influence.

et la paupérisation du travail journalistique frappent l'ensemble de la profession, dans la presse écrite comme dans l'audiovisuel. Souvent décriées et pointées comme un contre-modèle, elles pourraient bien être l'avant-garde du journalisme de demain, toujours plus pauvre, dépendant, et livré aux caprices des pouvoirs économiques et politiques. ■

institutionnelles. Des contenus qui n'ont de l'information que l'apparence, surdéterminés par les contraintes publicitaires et d'audimat. Une réalité qui est loin d'être une exception dans le paysage médiatique: l'accélération du rythme de production

17. Lire à cet égard «Concentration des médias français: le bal des vampires», *Médiacritiques* n° 32 (juill.-sept. 2019).

18. Lire «Bolloré jette CNews aux hosties», *Les Jours*, 26 mai 2020.

19. Fox News est une chaîne d'information parmi les plus regardées aux États-Unis. Elle est connue pour son orientation réactionnaire. Voir «CNews sur les traces de Fox News», *L'Obs*, 8 août 2020.

20. «Serge Nedjar, patron de CNews: "On ne s'interdit aucun thème ni aucun intervenant"», *Le Parisien*, 27 juin 2020.

21. «Comment CNews est devenu le pendant français de Fox News», *Les Inrockuptibles*, 29 juin 2018.



« DÉCRYPTAGE »

Le journalisme semble depuis quelques années s'être enrichi d'une pratique nouvelle, désignée par un vocable d'apparence flambant neuve: le «décryptage». Une information peut ainsi être présentée, analysée, et, à un niveau que l'on imagine supérieur, «décryptée». L'art consiste à «*retrouver le sens clair d'un message chiffré en écriture secrète, sans connaître la clef ayant servi à le transcrire*» (Larousse).

En journalisme, l'usage de ce terme semble abusif si l'on s'en tient à son sens strict, mais il pourrait être utilisé à titre d'hyperbole pour désigner, à l'occasion, le décortiquage d'un *imbroglio* (géo)politique, de phénomènes scientifiques énigmatiques ou d'un texte de loi retors. Cela arrive parfois. Mais ce qui frappe, c'est au contraire son usage extensif, pour désigner des objets qui n'ont rien d'obscur, ni, *a fortiori*, de «crypté». Florilège: «**Décryptage** de l'élimination du stade toulousain» (Le Figaro, 28 sept.) «**S'abonner, c'est décrypter** l'actualité avec un regard chrétien» (La Vie, slogan sur son site Internet)

«**Entouré d'une équipe d'experts**, Jean-Marc Morandini **décrypte** des faits divers aussi fascinants qu'effrayants.» (Télé 7 jours, 6 avr.) «**Méprise autour de l'affaire Dupont de Ligonnières**. **Décryptage** autour d'une fausse piste» (France 2, 12 oct. 2019) «**Tour de France 2020. Décryptage** de la 12^e étape» (Le Journal de Saône-et-Loire, 12 sept.) «**Attaque de la préfecture de police de Paris. Décryptage** d'un périple meurtrier de sept minutes» (Ouest-France/AFP, 6 oct. 2019) «**Jean-Pierre Pernaut va arrêter le JT de TF1. Un historien avait décrypté le conservatisme de son JT**» (Télérama, 15 sept.)

Crypté, le conservatisme de Jean-Pierre Pernaut?

On s'en doutait: l'emploi à toutes les sauces du «décryptage» ne traduit pas un progrès de l'activité jour-

nalistique; seulement la valorisation de son appellation: de quoi flatter le narcissisme des rédacteurs, transmués par la magie du verbe... en détecteurs de vérités cryptées. Ou en professionnels irréprochables: dans les pas des rubriques de «fact-checking», les pastilles de «décryptage» des chaînes d'info – allant de «Ce qu'il faut connaître» sur BFM-TV aux «Indispensables» de LCI – sont estampillées, malgré leurs nombreux biais, 100 % pédago, 0 % intox, selon leurs fournisseurs.

Il faut dire que, le discrédit des journalistes auprès du public ayant atteint des sommets¹, la concurrence des réseaux sociaux étant fort rude, les médias professionnels doivent convaincre de leur valeur ajoutée et imposer la fiabilité de leur production à la conscience commune et aux désordres du Web. Ou

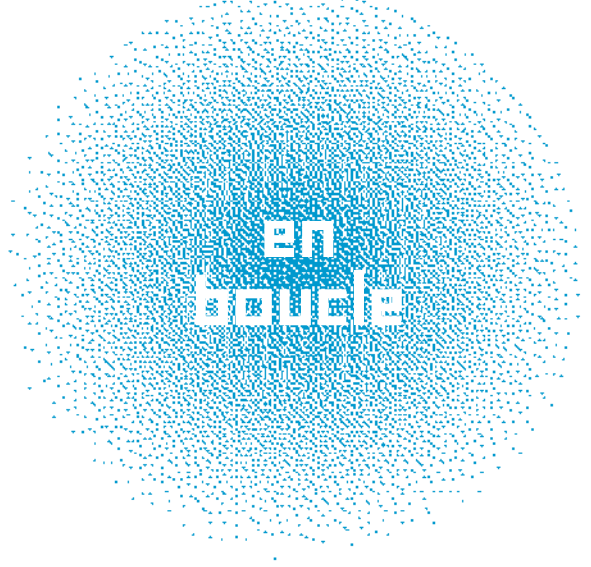
du moins... en donner l'impression! Car sur les chaînes d'info comme dans la presse, le «décryptage» reste surtout le prête-nom du «journalisme de commentaire», qui «encode» à sens unique... bien plus qu'il ne «décrypte»! «*Chaque jour de la semaine, un*

de nos éditorialistes décrypte un sujet marquant de l'actualité», fanfaronnent Les Échos (28 sept.); «Dans «*L'Info du vrai*», chaque jour, Yves Calvi affirme son ambition: **décrypter**, analyser, expliquer l'actualité», ose Canal+. «Décryptage» qui va jusqu'à donner son nom à l'émission de bavardage elle-même: «Dans «**Priorité au décryptage**», chaque week-end, Philippe Gaudin [...] s'appuie sur l'expertise de chroniqueurs et d'invités [pour] commente[r] l'actualité et mieux la comprendre» (BFM-TV).

Beaucoup de bruit pour rien? De bien grands mots, en tout cas, pour désigner ce qui devrait être l'ordinaire du journalisme: vérifier, diversifier, croiser les sources, resituer et expliquer les faits dans leur contexte. Mais le verbiage, dont le terme «décryptage» est une expression extrême, n'est pas inutile à l'époque: il est censé promouvoir, dans l'esprit du public, l'idée d'un journalisme exigeant et compétent. L'idée. ■



1. Selon le baromètre annuel Kantar – La Croix, les deux tiers des répondants les jugent sous influence économique ou politique et aucun média (télévision, radio, presse, Internet) ne recueille la confiance de plus de la moitié du public.



BFM-TV, MODE D'EMPLOI

La critique des médias est une activité qui demande une certaine abnégation: afin de rendre compte des logiques quotidiennes à l'œuvre dans les chaînes d'info, nous nous sommes astreints à observer BFM-TV... pendant une journée entière (ou presque: de 6h à minuit). Retour sur la fabrique «ordinaire» de l'information en continu.

Les chaînes d'information en continu déversent, chaque jour, leur flux d'éditions spéciales, de reportages, d'interviews, de débats entre éditorialistes et autres «experts». La critique des médias y a trouvé matière à s'exercer, notamment la critique du journalisme de commentaire, ou celle du journalisme de maintien de l'ordre en période de mobilisations sociales. Nous nous focaliserons ici sur la fabrication de l'information continue, ses logiques éditoriales et son fonctionnement quotidien¹. Nous avons pour cela observé la «première» chaîne info pendant une journée «quelconque»: celle du 21 novembre 2019.

Premier constat tiré de l'ensemble de notre observation: BFM-TV reste une «grosse machine» en termes de moyens humains. Pour assurer un direct permanent (ou presque), la chaîne met en branle des dizaines de journalistes. Ce 21 novembre, se succèdent à l'antenne 15 animateurs et animatrices, 9 éditorialistes, la cheffe et le rédacteur en chef adjoint du service politique, la cheffe du service culture, 5 journalistes «police-justice», 3 journalistes «politique», un journaliste «économie», un journaliste «High Tech», 2 chroniqueurs, 5 journalistes, 2 correspondants, 7 envoyés spéciaux... soit 52 journalistes². S'y ajoutent la trentaine d'auteurs et coauteurs des repor-

tages diffusés dans la journée, sans compter toutes celles et ceux dont le nom n'apparaît nulle part ainsi que les techniciens et régisseurs.

Deuxième constat tiré de notre observation: BFM-TV est plus particulièrement une grosse machine... à publicité. La réclame occupe en effet une large place dans les programmes: plus d'un sixième du temps d'antenne (17 %) sur les dix-huit heures observées. Soit, en moyenne, près de dix minutes par heure: c'est plus que la limite réglementaire de neuf minutes par heure en moyenne quotidienne³. Et c'est sans compter les 15 secondes de «partenariat» qui encadrent chaque chronique et chaque page météo.

Troisième constat: le contraste est fort, tout au long de la journée, entre les formats mobilisés par la rédaction de BFM-TV. D'un côté, une grille très structurée, construite autour des journaux télévisés. De l'autre, la «priorité au direct» et le torrent de commentaires qui l'accompagne pendant des heures.

LE JT, COLONNE VERTÉBRALE

Si la grille des programmes de BFM-TV s'articule autour de journaux télévisés diffusés toutes les demi-heures, la place qu'occupent ces derniers et leur contenu varient au cours de la journée. Ce

1. Voir encadré p.17.

2. Éric Brunet occupe successivement le rôle d'animateur et d'éditorialiste.

3. Notre observation ne se fait cependant que sur une période de 18 heures, il est donc possible que la tranche de minuit à 6h fasse retomber cette moyenne. Néanmoins, BFM-TV a déjà été mise en demeure par le CSA pour le dépassement de la limite réglementaire. Ce fut le cas notamment en 2011 et en 2017.

La publicité occupe en moyenne près de dix minutes par heure.

21 novembre, les JT trus-tent l'antenne dès 6h. Ils durent au plus entre 15 et 19 minutes (sur la tranche 6h-8h30) ou entre 11 et 16 minutes (12h-15h). Ils ne sont plus, sinon, qu'un rapide balayage de «l'actualité», allant de 5 à 7 minutes entre 9h et midi, et même de 2 à 5 minutes après 17h. Parfois, ils disparaissent complètement de l'antenne, «priorité au direct» oblige.

La plupart des infos traitées dans les JT sont développées dans des sujets⁴ (en particulier le matin⁵) ou avec l'aide d'envoyés spéciaux en duplex (l'après-midi). En tout, 16 sujets différents sont diffusés entre 6h et minuit. Leur taille est variable, entre 70 secondes et 3 minutes; et tous ne connaissent pas la même fortune: certains sont diffusés, rediffusés, mis à jour et encore rediffusés. D'autres disparaissent aussitôt après leur première diffusion.

Le nombre d'infos traitées est fonction de la durée du JT, chaque information disposant d'environ 2 minutes (ce n'est parfois que 20 secondes). Avec, ce jour-là, une prédilection pour le journalisme de faits divers et la place des sujets «police-justice» (ainsi du reportage «Tuée par des chiens: le choc et les questions» rediffusé 8 fois – record de la journée).

Deux minutes, c'est peu. Exemple avec le reportage «Gilets jaunes: premier procès d'un policier» qui dure 1 minute 20⁶ et qui reproduit des biais bien connus: ceux du journalisme de préfecture, incluant notamment l'absence totale de contradictoire sur les questions de violences policières.

À partir de midi, les sujets montés des JT laissent progressivement la place à l'intervention d'envoyés spéciaux⁷. Entre 6h et minuit, ce sont 14 journalistes qui réalisent au moins un direct en duplex. Ainsi, à titre d'exemple, de l'envoyé spécial Igor Sahiri, filmé devant une forêt dans l'Aisne, à 6h34, 7h34, 9h10, 10h38, 11h38, 12h02 (plus deux rediffusions à 13h14 et 14h16) – pour dire et redire les mêmes choses⁸.

Les sujets montés des JT

- «Tuée par des chiens: le choc et les questions» (1 min 30) – 8 passages
- «Gilets jaunes: premier procès d'un policier» (1 min 20) – 5 passages
- «Les étudiants d'Amiens attendent Macron» (1 min 13) – 5 passages
- «Formation: une appli pour reprendre la main» (1 min 12) – 4 passages
- «Femme tuée par des chiens: un village choqué» (1 min 32) – 4 passages
- «Affaire Mouzin: l'alibi de Fourniret tombe» (4 min 25) – 4 passages
- «Epstein: la chute du prince Andrew» (1 min 30) – 3 passages
- «5 décembre: les cheminots CFDT menacent» (1 min 19) – 3 passages
- «François Morel réinvente Devos» (1 min 30) – 2 passages
- «Pornographie: les opérateurs mis en demeure» (1 min 30) – 2 passages
- «Aux portes de Paris, la pénurie de médecins» (1 min 20) – 2 passages
- «Grève du 5 décembre: le spectre de 1995?» (3 min 15) – 2 passages
- «Simulation incendie à la cathédrale» (1 min 33) – 1 passage
- «Vercors: le ski avec cinq semaines d'avance» (1 min 18) – 1 passage
- «Meurtre d'Élodie Kulik, le procès 17 ans après» (1 min 36) – 1 passage
- «Les Misérables», fierté à Clichy et Montfermeil» (1 min 29) – 1 passage

TRIOMPHE DU JOURNALISME DE COMMENTAIRE

Entre 6h et 8h30 et entre 12h et 15h, les JT occupent une place prépondérante sur l'antenne. Dans la première tranche, ils représentent deux tiers du temps d'antenne environ et sont ponctués, outre des pages publicité et météo, de chroniques culturelles («Culture et vous»), ainsi que d'éditos de Christophe Barbier⁹ (2 interventions) et de Nicolas Doze (3 interventions). Dans la seconde tranche sont diffusées les chroniques «Culture geek» (qui alternent avec «Culture et vous» et «Ça arrive près de chez vous») ainsi que les éditos d'Emmanuel Lechypre.

Le reste du temps, c'est le journalisme de commentaire qui s'impose. Dès 9h et jusqu'à midi, la discussion de plateau prend le dessus: les animateurs s'entourent d'un journaliste maison (en l'occurrence Mélanie Vecchio, journaliste police-justice ou Jérémy Brossard, rédacteur en chef adjoint du service politique) et se focalisent sur une «actualité», commentée pendant 5 à 10 minutes. Et certains débats sont vite expédiés: à 11h12, lorsque Thomas Misrachi reçoit Laurent Joffrin et Raphaël Stainville («rédacteur en chef politique à Valeurs Actuelles») autour d'un sujet intitulé «Macron: retour périlleux à Amiens?», le premier aura 2 minutes de temps de parole, le second 2 minutes 30. Des passages express donc, témoignant davantage d'une nécessité, pour la chaîne, de rem-

4. Par «sujet» nous entendons les reportages montés avant diffusion.

5. 45 % des sujets montés diffusés dans la journée le sont entre 6h et 8h30.

6. Première diffusion à 6h31, puis à 7h32, avant d'être modifiée en partie à 12h38, puis à nouveau à 20h44 – troisième version à nouveau diffusée à 23h37. Soit, au total, cinq passages à l'antenne. C'est la première version qui est reproduite ici.

7. On compte dans les envoyés spéciaux tous les journalistes, correspondants et... envoyés spéciaux qui font un duplex en direct avec le plateau.

8. Un classique des chaînes info, des professionnels faisant le pied de grue, donnant l'illusion d'un journalisme de «terrain». Voir, sur le site d'Acrimed, «Remaniement: en direct sur France Info, en attendant Godot» (11 oct. 2018).

9. La grille des programmes de BFM-TV change à la rentrée 2020. Parmi les nouveautés, Christophe Barbier est remplacé par Matthieu Croissandeau.

"C'ÉTAIT LE 1ER MAI DERNIER. DANS LE CORTÈGE PARISIEN, DES GILETS JAUNES, DES MANIFESTANTS TRADITIONNELS DU 1ER MAI, ET DES MEMBRES DE L'ULTRAGAUCHE. IL Y A DE FORTES TENSIONS DANS LE DÉFILÉ, LES POLICIERS REÇOIVENT DES PROJECTILES. UN CRS LANCE ALORS UN PAVÉ DANS LA FOULE."



LA COMPAGNIE DE CRS DONT FAIT PARTIE CE FONCTIONNAIRE A ÉTÉ ACCROCHÉE DANS LES PREMIÈRES HEURES DE MANIFESTATION...



GREGORY JORON Secrétaire général délégué du syndicat SGP Police

...ET TROIS DE MES COLLÈGUES ONT ÉTÉ TRANSPORTÉS À L'HÔPITAL, DONT L'OFFICIER QUI A PRIS UN PAVÉ DANS LA TÊTE, DANS LE CASQUE, QUI A OCCASIONNÉ UN TRAUMATISME CRÂNIEN.

"DANS LA FOULE PERSONNE N'EST BLESSÉ. POUR L'AVOCAT DU CRS, L'ENVOI DE CE PAVÉ EST UN COMPORTEMENT RÉFLEXE POUR PROTÉGER SES COLLÈGUES. LE BRIGADIER ÉTAIT SELON LUI EN ÉTAT DE LÉGITIME DÉFENSE."



CE FONCTIONNAIRE S'EST SAISI D'UN PROJECTILE QUI AVAIT ATTEINT UN DE SES COLLÈGUES POUR LE REJETER EFFECTIVEMENT EN DIRECTION D'UNE FOULE HOSTILE.

IL SE TROUVE QU'IL NE PORTAIT AUCUNE ARME DE DÉFENSE, QU'IL N'ÉTAIT PAS DOTÉ D'UN BOUCLIER ET QU'IL AVAIT FAIT USAGE DE SES TROIS GRENADES DE DÉSENCERCLEMENT AUPARAVANT.



LAURENT BOGUET Avocat du CRS

DONC IL ÉTAIT COMPLÈTEMENT DÉMUNI, ET C'EST DONC DANS CE CADRE LÀ QUE CE JET DE PROJECTILE S'INSCRIT.



"LE BRIGADIER DE 44 ANS EST POLICIER DEPUIS PRESQUE 20 ANS ET AFFECTÉ À UNE COMPAGNIE DE CRS DEPUIS UNE DIZAINE D'ANNÉES. POUR CES FAITS, IL ENCOURT 3 ANS DE PRISON ET 45 000 € D'AMENDE."



10. Il en va de même pour les participants qui, en acceptant de telles conditions, s'assurent visibilité et autopromotion symboliques plus qu'ils ne concourent au débat d'idées.

plir et d'animer son « flux » plutôt que d'une volonté d'organiser de réels « débats » d'idées¹⁰ !

À partir de 14 h 47, l'autre format du journalisme de commentaire fait son apparition : la « priorité au direct ». BFM-TV bouleverse ses programmes. Pendant 6 minutes, les animateurs jonglent avec les envoyés spéciaux. Sujet : Emmanuel Macron est en visite à Amiens. Une « visite » qui monopolise (quasiment) l'antenne jusqu'au soir, à l'exception de 20 minutes consacrées à l'autre « information de la journée » : le dépôt par la CFDT-Cheminots d'un préavis de grève en vue de la journée du 5 décembre.

Tout au long de l'après-midi s'enchaînent les discussions en plateau : prennent la parole les journalistes du service politique et les éditorialistes de la chaîne, quelques invités journalistes ou communicants, et, parfois en duplex, des envoyés spéciaux (comme Ruth Elkrief, qui saisit là l'occasion de faire

un peu de « terrain »). Le tout seulement entrecoupé par de très courts JT ou par la diffusion, pendant 30 minutes et en direct... du discours d'Emmanuel Macron.

Animer un « flux » plutôt qu'organiser de réels débats d'idées

De 19h à 20h, après un JT de 4 minutes, Éric Brunet anime un nouveau plateau autour des deux « informations de la journée » : l'annonce du préavis de grève de la CFDT-Cheminots (en présence du secrétaire national dudit syndicat), et la visite d'Emmanuel Macron à Amiens. Puis, Eugénie Bastié, « journaliste aux pages Débats du *Figaro* », vient jouer la *sparring-partner* d'Alain Duhamel pendant vingt minutes dans l'émission... « Face à Duhamel ».

Dans « 20h Politique », ensuite, on débat en famille : trois « éditorialistes politique » (Anna

Cabana, Éric Brunet et Ruth Elkrief), un «éditorialiste économie» (Emmanuel Lechypre) et une «journaliste politique» (Anne Saurat-Dubois), tous «spécialistes maison». Le sujet ? La visite de Macron à Amiens... pendant une bonne demi-heure. Il faut attendre le «20 h 30 Live» pour que soient évoqués (un peu) plus longtemps d'autres sujets. Mais rebelote dans la première demi-heure de l'émission «Le dézoom» (21h-22h): le débat est (encore) consacré au déplacement d'Emmanuel Macron à Amiens. La deuxième demi-heure est dédiée à deux faits divers, en compagnie de Raphaël Maillochon, «journaliste police-justice BFM-TV».

Enfin, à partir de 22h, «Tonight Bruce Infos» fusionne les formats: les JT mêlent reportages, discussions de plateau, interviews, éclairages de Bruno Jeudy et chroniques. À 22 h 30, Bruce Toussaint et Bruno Jeudy reçoivent Olivier Besancenot pour la seconde longue interview de la journée (20 minutes, comme chez Jean-Jacques Bourdin, qui recevait à 8 h 30 François Ruffin).

Sur l'ensemble de la journée, on peut repérer différents types de plateau:

1 – Le recours au «spécialiste», professionnel extérieur, qui vient apporter son «expertise». Ce type



Bâtonnage à BFM-TV

Dans *Bâtonner. Comment l'argent détruit le journalisme* (éd. Amsterdam, 2020), la journaliste Sophie Eustache recense les logiques commerciales à l'œuvre dans les médias, et décrit leurs conséquences sur l'exercice du métier de journaliste. Ce livre nous immerge dans le monde des petites mains des services web des grands médias. Un monde où les «deskeurs» (des «journalistes assignés à un travail de bureau») sont appelés à «produire des contenus». Où l'objectif est l'audience, mesurée instantanément, et où «bâtonner» est

devenu l'alpha et l'omega du journalisme. Exemple ici, chez BFM-TV (p. 19-20): «Le service web de BFM-TV s'étend sur un vaste open-space, divisé par des rangées de bureaux en enfilade. La journée commence par la conférence de rédaction: les chefs d'édition soumettent au directeur les sujets de la matinale, ceux réalisés entre six et neuf heures, et les sujets à venir. C'est ensuite au tour des chefs des différents services (éco, automobile, people, tech) de présenter les actualités qui ont retenu leur attention.



Pendant ce temps, une trentaine de petites mains font tourner l'usine de contenus. Les deskeurs, journalistes assignés à un travail de bureau, en produisent sans discontinuer pour alimenter le site web. Dans l'ombre des éditorialistes

vedettes, ils remanient des dépêches de l'Agence France Presse (AFP) ou assemblent un article de «curation», agrégat d'informations picorées dans d'autres titres. En quelques minutes, il faut écrire, intégrer le texte dans le back-office [le site internet côté administrateur, NDLR], trouver une illustration dans les bases d'images, tailler la photo au bon format et soumettre le tout à la validation des supérieurs hiérarchiques. Souvent jeunes (la moyenne d'âge est inférieure à trente ans), ces journalistes en fauteuil écrivent entre six et huit articles par jour.» ■

de plateau est assez rare, et se rapproche du format de l'interview, à la différence qu'ici, la parole de l'invité est « incontestable » (et incontestée).

2 – L'interview (l'interviewé est en plateau ou en duplex): porte-parole d'association, de syndicat ou de parti politique, députés et ministres, avocat, etc.

3 – Le débat entre journalistes, entre politiques, entre acteurs opposés sur une question (par exemple des avocats à propos des violences policières). Le « débat » peut davantage, en fonction des contradicteurs, ressembler à une discussion de salon (notamment lorsque éditorialistes et communicants sont autour de la table).

4 – L'éclairage maison (le fameux « décryptage »), apporté par un journaliste de BFM-TV en plateau, chiffres ou infographie en main. Sans compter les plateaux « maison », où journalistes et éditorialistes de BFM-TV discutent entre eux (mais devant nous tous). Un format omniprésent tout au long de la journée, et en particulier sur le créneau 17h-21h¹¹.

¹¹. Souvent l'objet des chroniques de Samuel Gontier, les émissions « BFM Story » d'Olivier Truchot, puis « 19h Ruth Elkrief », puis « 20h Politique » d'Alain Marschall, sont caractéristiques de cet entre-soi.

¹². Ce 21 novembre: une conférence de presse de la CFDT et un discours du président de la République.

Il ressort de notre observation de BFM-TV plusieurs constats: la chaîne mobilise des moyens (notamment humains) importants au service de deux logiques éditoriales, qui, quand elles coexistent, semblent à bien des égards irréconciliables. D'un côté une grille très structurée, échafaudée autour des JT, avec l'ambition d'informer sur plusieurs « actualités » (dont une poignée circule en boucle). De l'autre, la « priorité au direct », qui explose ce cadre, monopolise l'antenne, dans l'espoir de ne pas rater « l'information de la journée », au risque d'éluder toutes les

autres. Dans le premier cas, l'information est très formatée, empilant des sujets très courts, avec une prédilection certaine pour les faits divers. Dans l'autre, elle est noyée dans le torrent de commentaires des heures durant. Quoi qu'il arrive, elle fait donc les frais du journalisme *made in BFM-TV*.

Et l'apparente « diversité » des formats (de l'interview au reportage, de l'envoyé spécial à l'analyse en plateau, sans oublier la diffusion en direct de discours et conférences de presse¹²) ne trompe pas, toutes les informations semblant subir le tempo de l'info en continu: vite traitées, vite oubliées...

Le journalisme de commentaire atteint son paroxysme sur les plateaux de « débats », souvent accaparés par des éditorialistes « maison » pour le plus grand bonheur du pluralisme... et du « terrain ». En définitive, il en va de ce 21 novembre 2019 comme de nombreux autres jours de l'année: seuls quelques sujets jugés « dignes » de faire l'actualité surnagent dans une production éclatée (deux ou trois faits divers, un peu de mouvement social et beaucoup de Macron) et émaillée de publicité. ■

D'un côté une information très formatée, avec une prédilection certaine pour les faits divers. De l'autre, un torrent de commentaires...



UNE MANIFESTATION DANS LE VISEUR DE BFM-TV

péril
jaune

C'est devenu un rendez-vous télévisé hebdomadaire: chaque samedi depuis fin novembre 2018, les manifestations des gilets jaunes ont animé les écrans des chaînes d'information. Au programme: les ingrédients classiques du traitement «en direct» des mobilisations sociales.

Les mobilisations des gilets jaunes se sont traduites par des audiences particulièrement élevées enregistrées par BFM-TV, CNews ou LCI¹. Pour couvrir les différentes journées d'action, les chaînes d'info n'ont pas lésiné sur les effets: éditions spéciales, diffusion en continu d'images spectaculaires, bandeaux tapageurs, commentaires policiers et autres «expertises» à gage. Nous revenons ici plus particulièrement sur le traitement d'une manifestation, début décembre 2018, par BFM-TV. Ou comment la chaîne d'information a contribué à co-construire, avec les autorités, le récit d'une victoire des forces de l'ordre face au «péril jaune».

Cette manifestation des gilets jaunes, samedi 8 décembre, avait été particulièrement scrutée par les médias. D'autant que le gouvernement avait annoncé que certains manifestants viendraient sur Paris «*pour casser et pour tuer*». En amont de la mobilisation, les chaînes d'info n'avaient pas manqué de donner un écho à cette communication particulièrement alarmiste². Le jour même, on a assisté sur BFM-TV au meilleur du pire du traitement (en direct) des mobilisations sociales.

Dès le matin, les équipes de la chaîne étaient sur place, dans le quartier des Champs-Élysées, pour guetter les moindres «débordements» ou violences. Las: les manifestants défilaient dans le calme. Mais

l'envoyé spécial ne se démontait pas pour autant, interrogeant les manifestants: pourquoi au juste s'entêtent-ils à venir manifester, malgré tous les appels à rester chez soi (largement diffusés sur l'antenne de la chaîne en continu)?

Sur le plateau à 10 h 30, l'invitée est une porte-parole de la préfecture, la «*mieux placée pour nous informer de la situation*» selon le présentateur. L'occasion, pour elle, de se féliciter du dispositif de sécurité, et de commenter les photos prises... par la préfecture, qui montrent des «armes» saisies (des boules de pétanque). Plus tard dans la mi-journée et dans l'après-midi, les «experts» des questions de sécurité défilent pour faire part de leurs avis éclairés, interchangeables avec le point de vue des représentants de la préfecture. À l'instar de Driss Aït Youssef qui vante la «bonne» stratégie de la police, permettant des «*interpellations sans affrontements*».

Plus tard, en début d'après-midi, apparaissent les premières images d'échauffourées et de véhicules en feu. Dominique Rizet, consultant police-justice de BFM-TV, s'extasie devant les blindés de la gendarmerie qui entrent en action, puis devant une charge de policier à cheval («*Regardez, une charge à cheval! Regardez!*»). Il se félicite du nombre élevé d'interpel-

1. Et ce dès les premières manifestations, cf. «Les "Gilets jaunes" boostent les audiences de BFM TV (et aussi de CNews et LCI)», *20 Minutes* (25 nov. 2018).

2. Voir «Quand BFM-TV et CNews préparent le "siège" de Paris», *Médiacritiques* n° 30, p. 12-15.



lations et rassure les téléspectateurs : « On trouvera de la place pour mettre les fauteurs de troubles. »

Face à un avocat dénonçant le caractère illégal des interpellations préventives, le « spécialiste » lui rétorque que son discours « n'est pas entendable maintenant, pas en ce moment, avec les manifs dans Paris ». Et de poursuivre : « On ne peut pas laisser brûler les villes, on ne peut pas construire une société à la Mad Max. » À bon entendeur... Lorsque le même avocat évoque le nombre important de blessés et de mutilés par les armes de la police, Dominique Rizet évoque aussitôt le cas d'un policier qui a eu une main arrachée dans une manifestation à la Réunion. En oubliant de préciser... que ledit policier s'est blessé avec sa propre grenade.

Outre les porte-parole officiels ou officieux de la préfecture, les experts toutologues – à même de parler de tout et de n'importe quoi, et de préférence n'importe comment – sévissent également sur le plateau de BFM-TV. Ainsi l'inénarrable Christophe Barbier n'est pas loin de brandir la matraque : « La police est à l'offensive, elle ne subit pas. La République ne subit pas. » Plus tard, c'est Bruno Jeudy qui rétorque à un gilet jaune un peu trop revendicatif qu'il n'est pas « un vrai gilet jaune³ ».

La soirée se poursuit sur BFM-TV avec la – longue – émission de débat d'actualité « Week-end direct ». Alors que la journée de manifestations se termine, le premier temps de l'émission se focalise quasiment intégralement sur les « débordements ». À l'écran, les mêmes images tournent en boucle : des poursuites et des échauffourées entre les forces de l'ordre et les manifestants. Les bandeaux évoquent des « tensions » sur la place de la République – on n'en verra finalement pas grand-chose, mais la moindre agitation est toujours bonne à prendre. Sur le pla-

teau, tout le monde donne son avis sur la « casse » du jour.

L'émission se termine sur un verdict qui fait consensus auprès des « experts » présents sur le plateau : celui de la « victoire » du maintien de l'ordre. Dominique Rizet revient longuement sur le dispositif d'interpellations préventives et se satisfait de ce « vrai boulot en amont ». Puis il livre son bilan : « Cette semaine on avait très, très peur [...] mais par rapport à ce qu'on craignait, les choses se sont très, très bien terminées, il y a eu une maîtrise parfaite des forces de l'ordre. » Bruno Jeudy ne peut qu'acquiescer : « Le pouvoir a repris le contrôle par rapport aux manifestants mal intentionnés », se réjouit-il. « Ce qu'on constate ce soir, et c'est factuel, on n'a pas connu les débordements de la semaine dernière, on n'a pas vu l'Arc de Triomphe saccagé [...], on n'a pas vu les scènes inouïes des gens rentrant dans des porches de maison, d'immeuble, des hôtels saccagés, on a vu un cabinet d'avocat qui était en feu, on n'a pas vu ces scènes-là. »

Enfin, le politologue et communicant Jean-Christophe Gallien classe l'affaire : « On peut reconnaître effectivement une victoire [sur le maintien de l'ordre], même si on voit bien qu'il y a des voitures qui brûlent » (on voit effectivement en arrière-plan, au moment où

il parle, des images de voitures qui brûlent). Rien à voir cependant avec ce qui avait été annoncé par le gouvernement et certains médias, comme le note le communicant : « On avait tellement, tellement dramatisé qu'on attendait presque des morts, l'acte IV c'était l'acte du léta, c'est-à-dire que le sang allait couler. » C'est dire combien « on » avait dramatisé... Cela n'empêchera pas Dominique Rizet d'affirmer avec aplomb, quelques semaines plus tard, que la couverture des mobilisations des gilets jaunes par BFM-TV aura été « d'une objectivité et d'une impartialité totales ».

Ainsi ce samedi 8 décembre 2018, BFM-TV ne s'est pas contentée de scruter les « débordements » des manifestants. Elle a co-construit avec les autorités, à travers les interventions à l'unisson de ses innombrables « experts », le récit légitimiste d'une « victoire du maintien de l'ordre » sur les « enragés ». Un récit dans lequel il n'y a pas de place (ou si peu) pour la remise en cause du dispositif policier, des arrestations préventives, ou des violences de la part des « forces de l'ordre ». Ni pour la réflexion de fond sur ce que représente ou exprime le mouvement des gilets jaunes. ■

“Regardez, une charge à cheval! Regardez!”

3. Voir sur le site d'Acrimed : « Bruno Jeudy traque les “faux” gilets jaunes (BFM-TV) » (11 déc. 2018).

FRANCEINFO, «L'INFO AUTREMENT»?

Le 31 août 2016, Franceinfo commençait à émettre sur le canal 27 de la TNT. Avec une ambition: celle de proposer «l'info autrement». La nouvelle chaîne publique d'information en continu reproduit pourtant largement les pratiques et les travers de ses concurrentes du privé.



«Tourner le dos à l'hystérisation de l'info»: c'était l'objectif de Franceinfo selon un de ses promoteurs, Michel Field, alors directeur de l'information de France Télévisions. «On préfère loucher un scoop que raconter n'importe quoi», assurait quant à elle Delphine Ernotte, présidente du groupe¹. Patatras: moins de trois semaines après son lancement, le samedi 17 septembre 2016, la chaîne publique d'info en continu annonce une prise d'otage en cours à Paris qui s'avère... une fausse alerte. On ne pouvait imaginer pire démarrage. Mais ce ratage n'a rien d'anecdotique: il témoigne des contradictions d'un projet qui, sous prétexte de faire «autrement», emprunte aux chaînes privées en place l'essentiel de ses principes de fonctionnement.

Un projet mis en œuvre dans un temps très court: pris en charge par Delphine Ernotte à son arrivée à la tête de France Télévisions (depuis la direction d'Orange France) en août 2015, il aboutit un an plus tard, au prix d'une réorganisation et d'une mobilisation éreintantes en interne, qui soulèvent dès le début des questionnements: quels seront les moyens mis à disposition, à quoi ressemblera le rythme de travail pour les journalistes et techniciens engagés dans le projet? L'équipe prévue pour le lancement réunira près de 170 salariés dont la moitié sont issus

de recrutements extérieurs, pour un coût de 15 millions d'euros pour France Télévisions et 3,5 millions pour Radio France. Des sommes alors trois fois inférieures au budget annuel de BFM-TV et de I-Télé. Des «synergies» étaient cependant prévues entre les différents supports impliqués: la radio France Info, le site Francetvinfo.fr et la chaîne de télévision – les rédactions des deux premiers continuant cependant d'exister séparément.

Quoi qu'il en soit, le ton est donné: celui d'un budget resserré au possible² et d'une information «low cost» caractéristiques des chaînes d'info en continu (voir p. 4). Le faible nombre de journalistes (70 environ) s'inscrit également dans une fourchette basse par rapport aux autres chaînes. Avec comme chez les concurrentes, des journalistes «assis» et multitâches, en charge de réaliser des sujets, images, sons, dans des temps record pour remplir le temps d'antenne. Et qui auront cependant – particularité de la chaîne – la possibilité de puiser dans les ressources (en termes d'images notamment) des partenaires de la chaîne: celles des chaînes du groupe France Télévisions, de France 24, de Radio France ou encore de l'Institut national de

**À peine lancée,
la chaîne d'info
annonce une prise
d'otage qui s'avère...
une fausse alerte.**

1. «Franceinfo: la petite nouvelle des chaînes infos», ozap.com, 11 juill. 2016.

2. Un budget resserré qui inclut pourtant quelques dépenses somptuaires: selon *Le Canard enchaîné*, le logo de la chaîne aurait coûté la bagatelle de 500 000 euros – l'identité sonore de la chaîne ayant quant à elle été confiée à Jean-Michel Jarre.

l'audiovisuel (INA). Selon Renaud Revel, les journalistes reporters d'images (JRI) de la chaîne seront également soumis à des principes plus stakhanovistes encore que ceux adoptés par les autres chaînes d'info en continu :

Cette équipe, pour ainsi dire commando, s'est vue dotée de moyens techniques pour les reportages en direct d'un système baptisé TVupack. Les reporters d'image de France 2 avaient fait cinq jours de grève en 2015 quand la direction de l'information avait voulu leur imposer ces matériels qui permettent à un même reporter de tout faire: du tournage au montage, jusqu'à la livraison de son sujet. Même chose à France 3 nationale où cet outil avait été refusé. Et idem à BFM-TV, une chaîne passée maître dans la compression des coûts et l'info «low cost», mais où l'on a renoncé de longue date à dépêcher sur le terrain des reporters sans équipier³.

Avec des moyens si réduits, on pouvait d'emblée se douter que Franceinfo ne révolutionnerait pas l'information en continu. Néanmoins la chaîne pouvait se prévaloir, sur le papier, de quelques spécificités, liées notamment à ses partenariats avec France Info (la radio), France 24 ou encore l'INA. Qu'en est-il de «l'info autrement» prônée par la chaîne ? C'est ce que nous avons tenté de savoir en examinant ses programmes.

ADAPTATION AUX RECETTES DU PRIVÉ

La grille de Franceinfo est balisée par plusieurs «moments clés» et programmes réguliers: l'entretien de la matinale, les interviews politiques («L'invité politique», «Questions politiques», etc.), les «pastilles» économiques («L'Éco», «L'interview éco», «C'est mon argent», etc.), les émissions de débat («Les informés») et les magazines généralistes ou culturels («La faute à l'Europe?», «Vrai ou fake»; «Cultissime»; «Culturebox», «Soyons Claire»; «Ouvrez le 1», etc.). Leur analyse permet de souligner combien la télé publique, loin de «faire autrement», produit à quelques exceptions près la même chose qu'ailleurs, et cède en particulier aux mêmes écueils que ses consœurs du privé:

— **Triomphe du commentaire:** les éditorialistes sont en bonne place dans les programmes de la chaîne, qu'ils assortissent les flash-infos de leurs «décryptages» de la politique politicienne (voir p. 12), qu'ils sévissent dans les interviews – en pratiquant le «deux poids deux mesures»

ON RETROUVE LA SUITE DE L'ENTRETIEN AVEC MONSIEUR LE PRÉFET APRÈS LA MÉTÉO PRÉSENTÉE PAR LE SYNDICAT ALLIANCE.



traditionnel –, ou qu'ils pérorent sur tout et n'importe quoi dans les émissions de débat. À cet égard, la chaîne d'info ne peut se prévaloir d'aucune originalité: comme BFM-TV ou LCI, elle porte haut les couleurs du commentaire en continu et de la communication en huis clos. Dans «Les informés», seul plateau de «débat» à proprement parler, nous avons calculé que, sur une période de six mois, les journalistes, les communicants et les sondologues accaparaient 86 % des invitations. Nouveauté de la rentrée 2020: l'émission connaît désormais une déclinaison matinale! Pour deux fois plus de «blabla», et des débats excluant quasi systématiquement les premiers concernés: à titre d'exemple, nous avons relevé que sur les 135 sujets ayant abordé le mouvement des gilets jaunes en six mois (du 1^{er} janvier au 30 juin 2019), une seule d'entre eux a été reçue en

“On préfère loupier un scoop que raconter n'importe quoi.”
Delphine Ernotte

plateau ! D'où nos conclusions de l'époque, que nous ratifions encore aujourd'hui :

[« Les informés » produisent] une information où l'enquête et le reportage ont cédé la place au journalisme de commentaire, aux boursicotages inspirés de tel ou tel tweet, et aux spéculations sur les stratégies politiciennes prélevées à la source [...]. Un journalisme incarné par des professionnels si proches des cercles de pouvoir – politiques et économiques – que leur métier finit par se confondre avec le métier de ceux dont ils prétendent rendre compte: les communicants d'entreprise, et les communicants politiques⁴.

— **Impasse du pluralisme politique.** Un exemple clé: celui de la matinale (« 8h30 Fauvelle/Dély ») qui, comme ses concurrentes du privé, se caractérise par un pluralisme anémié⁵. Sur la période du 17 mars au 30 avril, les représentants politiques représentent 70 % des invités (23 au total), et une écrasante majorité du temps de parole est accordée aux partis de droite en général (Modem, LREM, LR et RN), et au gouvernement en particulier: ce dernier cumule en effet à lui seul 11 invitations, plus un fauteuil à un député LREM, et un second au Modem. Les Républicains totalisent quant à eux 7 fauteuils, le RN 2, suivi des socialistes et des insoumis (1 invitation chacun).

— **L'information économique**, qui se résume simplement: parole aux patrons. Le verrouillage éditorial est identique du côté des interviews économiques. Dans deux précédents articles, nous avons passé deux d'entre elles au crible, « L'Éco » et « L'interview éco ». Concernant la première, notre étude de 75 interviews (août 2017-janvier 2018) ne dénombrait pas moins de 41 invitations de chefs et cadres d'entreprise, représentants patronaux et acteurs du monde de la finance, pour seulement... 3 dirigeants syndicaux. Concernant « L'interview éco », notre analyse (octobre 2017-janvier 2018) portait sur 47 interviews, dont 38 étaient accordées à des dirigeants d'entreprise et représentants patronaux, contre... 3 à des syndicalistes⁶. Comme nous l'écrivions alors :

Le programme ne dépareillerait pas sur BFM-Business. [...] Aucune chance d'entendre de « petits acteurs » de la vie économique, simples salariés, artisans, travailleurs indépendants, intérimaires ou précaires, ni évidemment le moindre chômeur – dont chacun sait qu'ils [...] ne sont en aucune façon concernés par « l'actualité économique » –, venir parasiter les voix expertes des entrepreneurs, des représentants patronaux et des technocrates qui se succèdent au micro.

3. « Francetvinfo: chaîne new-look ou laboratoire social de France Télévisions? », blog de Renaud Revel, 31 août 2016.

4. Voir « Les Informés »: triomphe de la com' en huis clos », *Médiacritiques* n° 33, oct.-déc. 2019, p. 34-37.

5. Notre analyse des cinq grandes interviews matinales (mars-avril 2020) pointait la grande faiblesse du pluralisme politique dans ces programmes de grande écoute. Lire sur le site d'Acrimed « Matinales radio (1/2): à la recherche du pluralisme » (sept. 2020).

6. Ces statistiques sont à retrouver sur le site d'Acrimed dans les articles « "L'Éco" de France Info: les patrons comme à la maison » (janv. 2018) et « "L'interview éco" de France Info: service public ou service patronal? » (janv. 2018).

**Émissions «éco»:
le programme ne
dépareillerait pas
sur BFM-Business.**

JOURNALISTES EN PRISON: DRARENI, ASSANGE...

Le journaliste algérien Khaled Drareni, emprisonné depuis six mois, a été condamné à deux ans ferme en appel le 15 septembre, malgré de nombreuses protestations en Algérie et de par le monde. Fondateur du site d'information en ligne Casbah Tribune et correspondant en Algérie de TV5 Monde, il est accusé d'« atteinte à l'intégrité du territoire national » et d'« incitation à attroupement non armé »... alors qu'il n'a fait que filmer le mouvement de contestation (Hirak) qui secoue le pays depuis le 16 février 2019. Pendant ce temps, à Londres, la troisième semaine du procès d'extradition de Julian Assange, toujours emprisonné, a vu s'affronter l'avocat du gouvernement américain, « cynique » selon Mediapart (26 sept.), et ceux de la défense. La juge a affirmé qu'elle ne prendrait pas de décision avant l'élection américaine du 3 novembre. Des répressions qui s'intensifient partout dans le monde: dans son bilan 2019, RSF (16 déc. 2019) recense « 389 journalistes emprisonnés pour avoir exercé leur fonction, soit 12 % de plus [qu'en 2018] ». En tête de ce sinistre palmarès: la Chine, l'Égypte et l'Arabie saoudite, qui concentrent « près de la moitié des journalistes prisonniers ».

SUISSE: LES AIDES BÉNÉFICIENT D'ABORD À CEUX QUI N'EN ONT PAS BESOIN

Comme le rapporte Heidi.news (média en ligne francophone indépendant basé à Genève, 3 sept.), les aides fédérales dites « indirectes » annoncées en particulier en réaction à la pandémie de Covid-19 bénéficieront d'abord à deux groupes alémaniques (Tamedia et CH Media)... qui sont tous deux bénéficiaires (92 M€ en 2019 pour le seul Tamedia)! Reposant sur des allègements de charges liées à la distribution postale (46 M€) et à la distribution par porteur (37 M€), elles bénéficient presque exclusivement aux journaux papiers. Tamedia – qui édite, entre autres, *La Tribune de Genève* – s'arroge 42 % des parts de marché côté alémanique et 69 % côté romand et devrait, selon les savants calculs de Marc Guénat, obtenir pas loin de 25 % du total de l'aide accordée, CH Media suivant de près avec 17 %.

AUSTRALIE : LES GAFAM REFUSENT DE PAYER POUR L'INFORMATION

Fin juillet, le gouvernement australien dévoilait le contenu d'un « code de conduite contraignant » censé arbitrer le conflit entre les Gafam et les éditeurs de presse, notamment autour du partage des recettes publicitaires que les premiers (Google et Facebook) génèrent à partir des contenus des seconds. *« Outre l'obligation de payer en échange des contenus, le code traite de questions comme l'accès aux données des usagers, la transparence des algorithmes et l'ordre d'apparition des contenus dans les flux d'information des plateformes et les résultats de recherches. »* (France 24, 31 juill.) En réaction, Google a décidé d'employer les grands moyens : selon l'édition australienne du *Guardian* (17 août), la firme s'est fendue d'une lettre ouverte pour expliquer que les mesures annoncées risquaient de les forcer à *« réduire la qualité [du] moteur de recherche et de YouTube »*. En juin, Facebook menaçait déjà de *« cesser complètement la diffusion des contenus, sans que cela ait le moindre impact pour l'entreprise »* (*Guardian*, 15 juin). En Australie, les articles de presse représentent 8 à 14 % des résultats obtenus via une recherche Google. L'idée que Google puisse en priver ses utilisateurs, ou que Facebook les interdise au « partage », semble devenir l'épouvantail préféré des Gafam, dont le but est d'éviter un précédent fâcheux, que les autres gouvernements s'empresseraient d'imiter afin d'assurer, à peu de frais, des revenus à leurs propres médias.

CYPRUS PAPERS : AL JAZEERA DÉNONCE LES « GOLDEN PASSPORTS »... TOUTE SEULE

Le 23 août, Al Jazeera publiait un petit reportage satirique afin de faire connaître les révélations de sa cellule investigation sur les « Cyprus Papers » : une série de documents révélant comment *« 2500 personnes, incluant des repris de justice, paient pour devenir citoyens de Chypre »,* via l'acquisition de *« golden passports »* auprès des autorités... moyennant 2 millions d'euros pièce ! La galerie de portraits des heureux bénéficiaires pointe notamment des hommes d'affaires corrompus, faisant l'objet de poursuites ou déjà condamnés. Une investigation pourtant restée dans l'ombre : difficile, notamment, d'en trouver une trace dans les médias francophones. ■

— « **Priorités au direct** » et journalisme de remplissage. *« Sur le fond, on va essayer de décrypter davantage, de moins hystériser l'information et de prendre un peu de recul⁷ »* promettait le journaliste Louis Laforge au moment du lancement de la chaîne. Depuis, pourtant, on ne compte pas les plantages, de la « fausse alerte attentat » de septembre 2016 aux couacs durant l'attentat de Barcelone (août 2017)... jusqu'à l'arrestation supposée de Dupont de Lignon. Les jour-

nalistes de la chaîne publique, comme leurs homologues du privé, n'avaient pas lésiné sur le « feuilletonnage », à grand renfort d'experts, d'une « affaire » qui s'avérait moins de 24 heures plus tard... une fausse information. Autre exemple : le remaniement gouvernemental d'octobre 2018, ayant donné lieu à

des séquences de divination journalistique d'une vacuité sidérale⁸. Des épisodes qui montrent combien la chaîne publique, alignée sur ses concurrentes, est prête à bousculer son agenda, à s'engager dans la course au scoop et dans le journalisme de remplissage caractéristique des « éditions spéciales »... qu'importe l'information, pourvu qu'il y ait le flux – et des plateaux remplis.

INFORMATION OU PRODUIT DE CONSOMMATION ?

À considérer ces différents travers, on peine décidément à percevoir en quoi consiste « l'info autrement » prônée par Franceinfo. Selon ses promoteurs, une des originalités de la chaîne devait résider dans des « modules de décryptage », mettant l'accent sur des formats courts, des infographies facilement partageables sur mobile et sur les réseaux sociaux. L'objectif : proposer une *« autre narration de l'actualité »*, selon le verbiage de Germain Dagognet, alors directeur délégué à l'information de France Télévisions.

Dans sa grille journalière, ces modules prennent notamment la forme de petites « pastilles » de reportage, parfois de très bonne facture, offrant une vitrine à des sujets sociaux ou internationaux qui n'ont de place nulle part ailleurs (ou presque) sur les chaînes d'info. Des pastilles qui témoignent d'une plus grande capacité de Franceinfo à s'extraire de l'actualité dite « chaude », mais qui ne sont pas sans parfois laisser le téléspectateur sur sa faim.

D'une part, parce que toutes s'enchaînent les unes après les autres sans qu'aucune hiérarchie éditoriale apparente leur donne de colonne vertébrale.

Qu'importe l'information, pourvu qu'il y ait le flux, et des plateaux remplis.

7. « Grand Soir », France 3, 2 sept. 2016.

8. Sur ces différents sujets, lire sur le site d'Acrimed « Couverture médiatique de l'attentat de Barcelone (1) : naufrages de l'information en temps réel » (sept. 2017) ; « Remaniement : en direct sur France Info, en attendant Godot » (oct. 2018) ; « Dupont de Lignon : à France Info, le fait divers était presque parfait » (oct. 2019).



D'autre part, parce que la durée des sujets « maison » n'excède généralement pas deux minutes, sujets souvent intercalés entre des contenus mutualisés avec d'autres médias (Brut, INA, France 3, France 24, feu France Ô⁹) très courts eux aussi. Pour quel résultat ? À titre d'exemple, en l'espace d'un quart d'heure seulement, le téléspectateur saute d'un reportage sur les « démineuses du Vietnam » à un voyage en compagnie des « derniers guerriers tatoués de Birmanie », en passant par un sujet sur les agressions sexuelles dans les festivals, un JT brassant cinq titres, un « Vu des régions » sur l'hibernation perturbée des tortues d'Hermann et un numéro d'« Outre-mer Express » balayant à son tour trois « actualités »...

Construites à la manière des vidéos des médias sociaux type Brut¹⁰ – dont Franceinfo diffuse certains contenus, et auquel il emprunte la principale marque de fabrique (du texte en surexposition de l'image, permettant de lire sans le son) –, les pastilles sont avant tout pensées pour les réseaux sociaux et la lecture sur smartphone. Un format qui permet certes d'informer sur certains sujets, mais *a minima*, contraignant au survol, pour ne pas dire à la superficialité. À croire qu'il est devenu impensable, pour les rédactions, de tolérer une information du temps long ou moyen, au prétexte (fallacieux) de perdre

le téléspectateur, et aux dépens de journalistes qui, à l'international ou en régions, voient leur travail émietté dans un produit (peu) fini.

« Nous devons répondre à un changement culturel :

les gens consomment de l'information en mobilité », expliquait Germain Dagognet. C'est malheureusement le goût amer que nous laisse la majeure partie de la production de la chaîne publique : vite « consommée », vite oubliée. Une philosophie d'ailleurs revendiquée par la

direction de Franceinfo. À propos de ceux qu'ils nomment les « consommateurs d'info », Germain Dagognet et Laurent Guimier (alors directeur de France Info – la radio) déclaraient au *Figaro* (4 sept. 2016¹¹) : « Les jeunes sont devant leurs smartphones et ils veulent que l'info s'adapte à eux. Volontairement, nous avons donc créé des formats capables d'exister sur les smartphones. Nous avons adopté les codes de Snapchat et de Facebook. En télé, cela fonctionne aussi. » Il s'agit donc, avant toute réflexion proprement éditoriale axée sur les contenus que souhaitent produire les journalistes, de penser le « produit information » et les formes optimales que ce dernier pourra prendre en vue de capter le plus d'audiences.

Une production vite « consommée », vite oubliée.

9. Le 23 août, la chaîne dédiée à l'actualité des Outre-mer a cessé d'émettre sur la TNT, enterrée par le ministère de la Culture (voir p. 43).

10. Brut est un média formaté pour les réseaux sociaux, principaux canaux sur lesquels il diffuse ses contenus, exclusivement vidéo (courts, sous-titrés).

11. « Pour plaire aux jeunes, la chaîne Franceinfo adopte les codes de Snapchat et Facebook », *Le Figaro*, 4 sept. 2016.

Un raisonnement techniciste, justifiant la production d'une information hachée par les modes décousus de la pseudo-consommation contemporaine. Le saucissonnage de l'information, caractéristique de la radio France Info, touche ainsi tous les formats, jusqu'aux émissions: le talk-show principal est entrecoupé de « flashs infos » intervenant toutes les dix minutes, et les magazines, conçus comme une accumulation de « pastilles ». Un seul exemple: lancée en septembre 2020, la nouvelle émission hebdomadaire « INAttendu » se donne près de 25 minutes pour « *revisiter l'actualité contemporaine grâce à des images d'archives* » de l'INA. Un principe très enthousiasmant sur le papier, mais frustrant à l'écran: le magazine est découpé en cinq chapitres au moins, pour autant de « sujets » différents, réduisant les possibilités d'exploiter le puits d'archives de l'INA de manière réellement informative. Et ce d'autant qu'en plus de varier les thématiques, la rédaction varie les genres, souvent à mi-chemin du divertissement, selon le modèle d'*infotainment* pratiqué par exemple par « Quotidien » – ce qui n'est pas un mal en soi, mais vise des objectifs différents¹²... Ainsi de la pastille « Vous pouvez répéter? Deux époques, une même question », qui se propose de réaliser les mêmes micro-trottoirs à des années d'intervalle; ou encore l'éphéméride « Ça s'est passé un... », proposée sous la forme d'un zapping. Sans surprise, la partie la plus intéressante de l'émission est celle qui dure le plus longtemps (et on ne parle là que de 7 minutes environ), lorsqu'un journaliste remet en perspective un fait social d'actualité au moyen de différentes archives sélectionnées et traitées de manière chronologique.

Enfin, le principe marketing d'une différenciation par les « nouvelles technologies » se retrouve dans la mise en scène de toute une série de gadgets: le recours à des dessins et tableaux « interactifs », à un écran tactile baptisé « mur magique » que les journalistes doivent s'employer à manipuler pour faire défiler illustrations, graphiques et captures d'écran issues de Twitter ou Snapchat. Est également mise en scène une ambiance « start-up », sous le signe de la « transparence »: le cadreur se déplace dans les locaux, en « open space », où les téléspectateurs peuvent voir les salariés travailler. « *Montrer les coulisses, c'est un choix. Voir des gens au travail est essentiel pour retrouver la confiance des gens, montrer que nous ne sommes pas dans la facilité* », expliquait ainsi Hervé Brusini, directeur de la stratégie, au lancement de la chaîne¹³.

D'autres options auraient pourtant pu être privilégiées pour retrouver la confiance du public:

EXCEPTIONNELLEMENT, CE DIRECT DES MANIFS DU SAMEDI NE SE FERA PAS DEPUIS UN COMMISSARIAT MAIS DES LOCAUX DU MEDEF.

QUESTION SOCIALE OBLIGE.



comme mettre l'accent sur la qualité de l'information, le pluralisme des idées, l'originalité des programmes. Las, la direction de Franceinfo semble avoir plutôt fait le choix de l'information « low cost » et du conformisme. Et malgré quelques exceptions notables, la différence revendiquée par la chaîne, à grand renfort d'arguments « technologiques », semble se résumer à un simple argument marketing. Était-il possible de faire autrement, compte tenu des budgets mis en œuvre? On peut en douter. Plus que jamais, un véritable service public de l'information, réellement affranchi des logiques concurrentielles et consuméristes, reste à inventer. Avec une condition nécessaire: être doté des moyens nécessaires pour remplir sa mission d'intérêt général. Tout l'inverse du projet de « holding » de l'audiovisuel public, adossé à des politiques – passées, en cours et futures – de saignées budgétaires. ■

¹². A ce sujet, lire par exemple sur le site d'Acridem « Comment le "Petit Journal" maltraite l'actualité internationale » (fév. 2016).

¹³. Cité dans « La nouvelle chaîne d'info publique est arrivée sur la TNT », *Les Échos*, 1^{er} sept. 2016.

L'EXTRÊME DROITE EN CROISIÈRE

Bien au-delà du seul cas d'Éric Zemmour, on assiste ces dernières années à un enracinement des discours d'extrême droite, islamophobes ou racistes, notamment sur les chaînes d'info. Nous analysons ici les mécanismes qui, alliés à la complaisance (ou au militantisme) des éditorialistes, chroniqueurs, directeurs et patrons de chaînes, entretiennent ce climat délétère.

D'Olivier Galzi, établissant des comparaisons entre le voile et l'uniforme SS (LCI, 19 oct. 2019), à Éric Zemmour, décrivant les migrants de Lesbos comme des « envahisseurs [...] qui n'ont qu'un espoir, c'est [...] imposer leurs modes de vie à nos pays » (CNews, 26 juin) ou parlant des mineurs isolés en affirmant : « Ils sont voleurs, ils sont assassins, ils sont violeurs, c'est tout ce qu'ils sont. [...] Il faut les renvoyer » (CNews, 29 sept.); en passant par Judith Waintraub, à qui il suffit d'apercevoir une femme voilée sur un écran pour faire un parallèle avec les attentats du 11 septembre¹, ou encore Yves Thréard, qui confesse en plateau : « Il m'est arrivé, en France, de prendre le bus ou un bateau où il y avait quelqu'un avec un voile, et je suis descendu » (LCI, 14 oct. 2019)... Pas une semaine ne passe sans que des propos racistes ponctuent le « débat public » – la plupart du temps, sans contradiction.

Islam, immigration, « insécurité » : disons-le d'emblée, ce sont à ces obsessions que nous nous intéresserons dans cet article. Obsessions qui ne sont pas la chasse gardée du seul Rassemblement national, ni même la propriété de la droite la plus conservatrice. À force de raccourcis, d'amalgames et de fantasmes permanents, les discours xénophobes et islamophobes irriguent désormais un large spectre du champ politique et médiatique, en particulier sur les

chaînes d'info, dont les plateaux sont quadrillés par les rentiers de la polémique².

Prendre au sérieux leur inquiétant défilé sur les plateaux de télévision nécessite de s'interroger sur les conditions objectives qui ont permis, si ce n'est une hégémonie, du moins l'enracinement et l'ascension de la pensée d'extrême droite et de ses obsessions dans les chaînes d'info, et en particulier dans les talk-shows qui concentrent les travers et les pratiques favorisant cette banalisation. Comment comprendre qu'une chaîne comme LCI puisse interrompre son antenne pour diffuser le discours haineux du multi-récidiviste Éric Zemmour à la tribune d'un groupuscule d'extrême droite, sans inclure ce « moment » médiatique dans un *continuum* plus long d'acceptation des paroles racistes ? Comment comprendre plus d'un mois de matraquage médiatique autour du voile sans l'intégrer dans l'indexation, à l'agenda des médias, des thématiques fétiches de l'extrême droite ? Comment comprendre une rentrée médiatique polarisée autour de « l'ensauvagement », hystérisée par les débats « sécuritaires », sans pointer la fait-diversion de l'actualité et l'anémie du pluralisme, sur laquelle prospèrent les voix de droite et d'extrême droite, visiblement seules à même d'occuper le champ sur de tels sujets ?

1. À ce sujet, lire « La journaliste, l'étudiante, les ministres et les pizzas à la poêle », Arrêt sur images, 15 sept.

2. Lire sur le site d'Acrimed « Dans les talk-shows : le poids des éditorialistes de la droite extrême et d'extrême droite », nov. 2018.

Poser ces questions permet sans doute de mettre en valeur les mécanismes structurels qui sous-tendent – et accélèrent – la droitisation des chaînes d'information en continu. Des mécanismes insidieux que nous synthétiserons en quatre phénomènes: 1. les dispositifs du clash et de l'opinion; 2. la fait-diversion de l'actualité et la mise à l'agenda des thématiques fétiches du RN, construites souvent *ex nihilo* comme des «priorités des Français»; 3. l'anémie du pluralisme; 4. la fabrication d'agitateurs en tant que produits d'appel.

1. LE JOURNALISME-COMPTOIR ET LES COMBATS DE CATCH

«On s'en fiche des chiffres!» (28 août): ce cri du cœur vient d'un journaliste, Julien Pasquet, de CNews, doublure de Pascal Praud, comme lui ancien journaliste sportif, comme lui désormais présentateur d'un match de catch quotidien, plus communément appelé «talk-show généraliste». De nombreux journalistes se sont émus de cet aveu, oubliant que ce confrère n'a fait que verbaliser un principe appliqué par la plupart des professionnels du commentaire. Oubliant, également, qu'il n'en a pas la paternité: le 20 septembre 2018, sur la même chaîne, la journaliste de *Valeurs actuelles* Charlotte d'Ornellas tançait déjà son contradicteur, Clément Viktorovitch, à propos des statistiques de l'immigration: «On se fout des chiffres sur ce débat. [...] Est-ce que oui, ou non, la France a changé de visage?»

Rien de nouveau sous le soleil, donc: sur les chaînes d'info, on «débat» au doigt mouillé. Ce 28 août, sur le plateau animé par Julien Pasquet, il est question de «l'insécurité», et le journalisme est comme chaque jour au tapis. Les différents intervenants sondent, glosent et interprètent chacun à leur tour les «ressentis» des Français en se fichant effectivement des chiffres, sur fond d'images de violences qui défilent à l'écran. Il ne s'agit pas de faire du journalisme, mais de construire le récit d'une actualité chaotique, fabriquée à partir de faits divers, sélectionnés et empilés les uns sur les autres: «Il y a un sentiment dans ce pays», résume Julien Pasquet.

C'est sur ce type de journalisme-comptoir caractéristique des talk-shows que prospèrent tous les «fast-thinkers», et plus encore les chroniqueurs d'extrême droite. Commenter des faits divers, invectiver, idéologiser des ressentis, politiser la peur, butiner les sondages: leurs positions et leurs propos sur l'islam,

Un journalisme-comptoir favorable aux chroniqueurs d'extrême droite.

**“On vient vers vous,
on vous demande:
«La France est-elle en déclin?»
Vous dites oui ou non?”**

Pascal Praud

la sécurité, l'immigration ou l'autorité trouvent dans ces dispositifs médiocres un moule à leur mesure. Et la feuille de route est claire: tous les débats sont pré-cadrés dans un mouchoir de poche, les réponses contraintes au «oui/non», et chaque invité ne peut s'exprimer plus d'une vingtaine de secondes sans être (au mieux) coupé. Affranchis des faits comme de toute règle scientifique, les commentateurs sont portés par le commentaire ambiant et par les récits médiatiques dominants, en vogue depuis des décennies: «On vient vers vous, on vous demande: “La France est-elle en déclin?” Vous dites oui ou non? Et vous Gérard, oui ou non?» (Pascal Praud, 16 sept.) Du pain béni pour le «oui» des réactionnaires.

Un tel formatage écrase la complexité du réel et exclut que soient mobilisées des perspectives historiques, sociales, etc. en guise d'explication des phénomènes. Nous l'écrivions déjà en novembre 2018: «Dans leur conception même, ces émissions défigurent, voire dissolvent la confrontation d'idées et la bataille d'arguments au profit de la construction de postures, adoptées par des personnalités en vogue, converties en de simples personnages (d'un bien triste film).» *A fortiori* quand le débat n'est que trop rarement «régulé». Les présentateurs/animateurs interviennent, prennent position, distribuent les bons points et au besoin surenchérisent plus qu'ils ne font circuler la parole, coordonnent, orientent ou encadrent les débats. Ainsi, si éditorialistes et politiques «se lâchent» et multiplient les déclarations tapageuses, c'est parce qu'ils savent qu'ils interviennent dans des dispositifs qui le tolèrent, voire le suscitent. Si leurs propos semblent toujours plus outranciers, c'est qu'ils savent qu'ils sont attendus sur ce registre, qu'ils ne seront donc que rarement repris en direct, et que leurs discours seront *a posteriori* (et dans le meilleur des cas) qualifiés de «gouttes d'eau», qui tombent pourtant dans un vase à ras bord depuis longtemps. Le 10 septembre, dans l'antre «progressiste» de Yann Barthès («Quotidien», TMC), Nicolas Sarkozy pouvait ainsi faire une association d'idées entre «singes» et «nègres» en plateau sans être perturbé ni contredit par aucun des journalistes en présence.



Basées sur le clash, les postures de ces agitateurs sacralisent en outre des valeurs virilistes, si ce n'est masculinistes, particulièrement chères à l'extrême droite³. Un esprit de spectacle et de combat de coqs que synthétisait Jean-Pierre Elkabbach face à Bernard-Henri Lévy dans la matinale de CNews, le 15 octobre 2019 : « Vous êtes tout à fait mûr pour participer lundi prochain à un débat avec l'excellent débateur Éric Zemmour. C'est **une belle affiche**, qui est, pour beaucoup de gens, surprenante. [...] [Et] vous pourrez faire une deuxième rencontre, une troisième rencontre? [...] Sinon **on dira que vous avez eu peur!** »

Et c'est sans peur que le soldat BHL est revenu « croiser le fer » avec Zemmour, moins d'un an après leur premier débat, le 26 juin. Ce dernier déclara cette fois-ci que le soldat SS était « un frère humain » : visiblement, la « contradiction » de BHL fut constructive...

Et pourquoi se priverait-il d'une énième provocation, tant les propos racistes, baptisés au mieux « polémiques », au pire « coup de gueule », structurent le débat public ? Presque chaque jour, des saillies déchaînent les services de « débunkage » des sites de presse. Les fact-checkeurs fact-checkent, mais les mensonges persistent : Éric Zemmour émet des attaques sur un plateau de CNews, le contenu est démenti le lendemain par Checknews, mais Jean-Jacques Bourdin reprend les mêmes arguments le surlendemain dans son interview de BFM-TV. Tant et si bien que, comme nous l'écrivions, « *même absent, Zemmour est un "débateur"*

*omniprésent*⁴ ». Et de plus en plus déconnecté, le huis-clos des talk-shows ressemble à s'y méprendre à une succession de commentaires Twitter. Un journalisme de la petite phrase – qui ne date pas d'hier – dont l'extrême droite, qui a toujours fait du scandale et de la provocation une stratégie politique, tire profit, *a fortiori* quand elle dispose de nombreux porte-parole rodés et bien en place, invités quotidiennement ou salariés par les chaînes d'info.

2. « L'ENSAUVAGEMENT » DE L'AGENDA MÉDIATIQUE

Si de tels pseudo-« dérapages » peuvent avoir lieu presque quotidiennement, c'est aussi parce que l'agenda médiatique s'y prête. Un agenda faisant la part belle aux thématiques fétiches de l'extrême droite : les questions sécuritaires et les « polémiques » sur l'islam y occupent une place démesurée, qu'elles soient déployées à travers le commentaire de faits divers ou le « décryptage » de la communication politique. En la matière, la rentrée médiatique d'août-septembre 2020 est une leçon de choses. Une « rentrée des incendiaires », dont Samuel Gontier a fait la chronique en s'intéressant tout particulièrement aux cas de CNews, LCI et BFM-TV : « *Au menu, petits nouveaux et vieux croûtons composent une soupe rance où l'ensauvagement le dispute au complotisme pour exhaler des relents d'extrême droite*⁵. »

3. Ce n'est sans doute pas un hasard si les intervenants ayant jusqu'à présent « fait face » à Éric Zemmour dans son « Face à l'info » sont à 92 % des hommes. Au 11 septembre 2019 en effet, la page Wikipédia de l'émission « Face à l'info » répertoriait 78 « débatteurs », dont 72 hommes.

4. Lire sur le site d'Acrimed « Bourdin face à Danièle Obono : le temps des sommations », 8 sept. 2020.

5. « Ma vie au Poste », Télérama, 27 et 28 août 2020.

Même absent, Zemmour est un «débatteur» omniprésent.

Aux discussions protéiformes sur «l'ensauvagement» ont en effet succédé les décryptages fleuris (et anticipés) du futur projet de loi sur le «séparatisme», en passant par un matraquage en deux volets concernant le voile (affaires «Imane» et «Maryam Pougetoux»⁶), sans oublier la rentrée politique de

Marine Le Pen – dont on diffuse le discours en direct (ce qui est loin d'être le cas pour l'ensemble des responsables de partis) –, le «reviendra/reviendra pas» de la nièce Marion Maréchal, et en surplus, quelques débats autour du «déclin français» et du rétablissement de la peine de mort⁷.

Des thématiques traitées à travers tous les formats des chaînes d'info (interviews, talk-shows, reportages, etc.). On ne compte plus le nombre de micros tendus à Gérald Darmanin, expert en communication, que les journalistes suivent à la trace jusqu'à médiatiser son plus petit déplacement dans le plus petit commissariat. On ne compte plus le nombre de micros tendus aux députés LR, RN et LREM, invités à prendre parti dans la guéguerre Darmanin/Dupont-Moretti autour du terme «ensauvagement», pour le plus grand bonheur des talk-shows.

Et quand elles n'ont pas les yeux rivés sur l'agenda politique, les chaînes d'info montent en épingle le moindre fait divers à même d'étoffer le grand récit de l'insécurité. Si la tendance n'est pas nouvelle – tant les faits divers occupent une place démesurée dans les programmes de flux comme dans les programmes de stock – la rentrée 2020 est significative à cet égard, et rappelle combien les grands médias agissent sur le réel comme autant de loupes grossissantes et déformantes à la fois. Un effet d'optique qui, sur CNews, est même érigé en directive éditoriale. À propos de Serge Nedjar, bras droit de Vincent Bolloré et patron de CNews, *Le Canard enchaîné* révèle le 23 septembre :

Son obsession sécuritaire envahit les journaux en continu. Un programmeur se marre : « Le service police-justice de la rédaction a pour consigne d'être très réactif sur les faits divers antiracistes, les incivilités anti-Blancs. Ils chassent ces infos sur Twitter, Facebook. En juillet, un mec avait préparé un off pro-migrants pour la matinale, il a été convoqué le lendemain... »

Cette construction très politique de l'agenda médiatique – certes habituelle, mais qui atteint en

septembre un acmé –, est accompagnée, comme il se doit, par des instituts de sondages qui apportent leur lot de manipulations. En août 2019 par exemple, l'Ifop communiquait tambour battant, et titrait : «44 % des Français jugent tout à fait prioritaire la lutte contre l'immigration clandestine». Problème : l'item n'arrivait qu'en neuvième position sur les quatorze «préoccupations» de la population... Il n'en fallut pourtant guère plus aux chaînes d'info pour médiatiser le gros titre, et, une fois de plus, tordre le bâton pour le plus grand bonheur des xénophobes.

3. LE PLURALISME DANS UN CUL-DE-SAC

Dans un tel contexte médiatique, l'extrême droite est en croisière. Une croisière d'autant plus paisible que le pluralisme est aux abonnés absents. Nous avons déjà, dans de précédents articles, rendu compte de l'omniprésence de la galaxie réactionnaire – incluant les journalistes issus de la presse conservatrice jusqu'à la fachosphère – dans les talk-shows. Une surface médiatique disproportionnée, qui plus est souvent déguisée (voir p. 40). Et surtout inversement proportionnelle à celle de personnalités à l'opposé de l'échiquier politique, qu'il s'agisse de journalistes (en particulier indépendants), d'acteurs issus de la sphère politique, associative ou intellectuelle en capacité d'apporter une contradiction

étayée aux thèses sécuritaires et xénophobes⁸... Sans parler des militants antifascistes, ou simplement des personnes régulièrement visées (ou victimes) des «polémiques» islamophobes en particulier, racistes en général.

Ce contraste structurel explique évidemment l'ex-

trême pauvreté du «panel d'idées» proposées aux téléspectateurs. Panel dont Jean-Pierre Elkabbach donnait les contours en qualifiant de «combat des idées» au sommet un débat sur l'islam radical opposant Éric Zemmour à... Bernard-Henri Lévy : «La confrontation s'organise d'abord avec celui qui est le plus loin de soi», s'amusait-il alors. Quand les positions de BHL et de Zemmour sont censées «baliser» le «débat sur l'islam»... tout est dit!

Même tendance du côté de LCI, où les patrons semblent avoir une drôle de manière de pratiquer le «pluralisme». Comme le note la journaliste Lucie Delaporte (Mediapart, 21 sept.), David Pujadas a «recruté en cette rentrée, dans un style plus respectable,

6. Maryam Pougetoux est vice-présidente de l'Unef. Le 17 septembre, elle est interrogée à l'Assemblée nationale dans le cadre d'une commission d'enquête portant sur les conséquences du Covid-19 sur les jeunes. Dans les pas d'un député Les Républicains, la députée LREM Anne-Christine Lang a quitté l'audition sous prétexte que Maryam Pougetoux portait le voile.

7. Deux sujets que les chaînes d'info ont par ailleurs savamment sélectionnés parmi les multiples conclusions du dernier baromètre annuel «Fractures françaises» (Ipsos/Sopra Steria, 15 sept.)... On pouvait aussi tirer du sondage, par exemple, de «l'épidémie de Covid-19», «les difficultés en termes de pouvoir d'achat» et «l'avenir du système social» sont les trois premières préoccupations de la population...

8. Magistrats ou policiers tenants de positions hétérodoxes, avocats et défenseurs des droits de l'homme, historiens et sociologues en mesure de mettre en perspective, de relativiser et de réfuter les points de vue autoritaires et répressifs sont tout autant marginalisés médiatiquement.



Alain Finkielkraut et Caroline Fourest dans son émission “24 heures Pujadas”. Les deux essayistes ayant comme point commun une obsession sur l’islam qui permettra à la chaîne de faire bonne mesure face à ses concurrentes.» Le hasard des recrutements, sans doute.

Au-delà des chroniqueurs permanents, le problème du pluralisme réside dans le choix des invités sollicités en plateau à un instant *t* pour commenter une « polémique » ou plus généralement, une « actualité ». Les matraquages contre les femmes voilées se font par exemple systématiquement sur le dos des premières concernées, jamais – ou de façon extrêmement marginale – représentées en plateau. Il suffit pour s’en convaincre de regarder un an en arrière, au moment où l’hystérie médiatique bat son plein après l’agression verbale d’une mère de famille voilée par Julien Odoul, élu du Rassemblement national, en plein conseil régional. Checknews résumait alors le problème :

Entre le 11 octobre et [le 17 octobre] [...], ce ne sont pas moins de 85 débats sur ce seul sujet qui ont eu lieu sur LCI, CNews, Franceinfo et BFM-TV. Au total, Checknews a recensé 286 interventions sur ce thème (dont quelques personnes ont été invitées plusieurs fois pour discuter du même sujet). Aucune femme voilée n’a participé à ces débats. (Libération, 17 oct. 2019)

Littéralement invisibles donc, quoique surexposées... De la même manière, lorsque le débat médiatique se change en logorrhée sécuritaire (à l’occa-

sion d’une manifestation, d’un projet de loi, d’un fait criminel d’ampleur, etc.), les grands médias parient en masse sur les « spécialistes de l’ordre » : sont ainsi conviés, de façon ultra-majoritaire, des politiciens de droite et d’extrême droite, visiblement seuls à même de fournir les « réponses pragmatiques » attendues par des chefferies éditoriales acquises au maintien de l’ordre⁹. Autant de séquences télévisuelles qui, là encore, font les beaux jours de l’extrême droite médiatique et politicienne. À cet égard, CNews bat des records. À la fin du mois d’août, le cadre du Rassemblement national Jean Messiha se sera ainsi pavané plus de neuf heures en cinq jours sur les plateaux de la Bolloré Compagnie¹⁰...

Le champ intellectuel, enfin, pâtit de la même dynamique : tapis rouge pour les agitateurs réactionnaires, confusionnistes et d’extrême droite (également promoteurs du « on-ne-peut-plus-rien-dire ») ; porte close pour les essayistes, chercheurs de la gauche critique, ou intellectuels antiracistes. Une inégalité structurelle là encore, que les grands médias pratiquent « sans qu’aucune logique proprement journalistique puisse justifier ces asymétries¹¹ ». Pour une « actualité » commune (la parution d’un ouvrage par exemple), une personnalité pourra ainsi faire la tournée des médias, et l’autre, n’y figurer nulle part : depuis la rentrée, et contrairement à de nombreux auteurs, Michel Onfray se promène en grande pompe sur les plateaux pour

9. Cf. « Surenchère sécuritaire et pluralisme en berne dans les grands médias », *Médiacritiques* n° 31, avr.-juin 2019.

10. Décompte effectué par « Quotidien » (TMC, 1^{er} sept.).

11. Sur ce double pouvoir d’occultation/révélation, lire sur le site d’Acrimed « Le pouvoir des médias : entre fantasmes, déni et réalité », mars 2018.

promouvoir un essai sur la santé ou le second numéro de sa revue *Front populaire*... La dure loi de la «censure», sans doute.

4. LE RACISME: UNE RENTE POUR LES PROPRIÉTAIRES AUTORITAIRES

La course au buzz pratiquée par les talk-shows, et l'emballement de l'agenda médiatique (immigration, insécurité, islam, etc.) sur lequel prospère l'extrême droite, ne peuvent enfin se comprendre sans l'arrière-plan dans lequel ils s'inscrivent: la concurrence acharnée à laquelle se livrent les chaînes d'information en continu (voir p. 4); et le choix délibéré de Vincent Bolloré de mettre CNews au service de ses convictions politiques, en appliquant un management autoritaire et une politique de la terre brûlée. Un fonctionnement contre lequel les chroniqueurs réactionnaires n'ont d'ailleurs jamais un mot plus haut que l'autre. Et pour cause... tant le système les plébiscite.

C'est entendu: les chaînes d'info se livrent une bataille féroce pour de (relativement faibles) parts d'audience, mais qui demeurent un levier essentiel pour les recettes publicitaires. Audiences qui font l'objet d'une communication récurrente sur les réseaux sociaux et à l'antenne de la part des chaînes, avant d'être commentées en permanence dans l'ensemble de médias, très occupés à se regarder le nombril. Dans ce petit jeu en huis clos, CNews, en particulier, a fait le choix de promouvoir un agitateur raciste tel qu'Éric Zemmour. Non sans succès, si l'on en croit certains commentateurs: «Éric Zemmour plus fort que Cyril Hanouna», titre *Le Parisien* (3 sept.); «Éric Zemmour sur CNews double Cyril Hanouna sur C8», signe le lendemain *Le Figaro* (4 sept.).

Prétextes à doper l'audience, les éditorialistes réactionnaires sont pensés comme de véritables produits d'appel. Et quand bien même les audiences d'un talk-show restent bien moindres que celles d'un JT, les émissions de débat jouent un rôle majeur dans le paysage médiatique: leurs contenus sont davantage relayés sur les réseaux sociaux, commentés, «décryptés», et des extraits servent régulièrement de cadrage à d'autres émissions du PAF. Tant et si bien que, comme le note *Le Figaro* (4 sept.), «en cette rentrée, il faudra compter avec CNews. À partir de la fin de journée et durant la soirée, CNews est régulièrement leader des chaînes d'info. Et au global, elle se

classe à présent sur la deuxième marche du podium, avec 1,1 % d'audience en août, derrière BFM-TV à 2,7 % mais

devant LCI à 1 %». Une progression en partie due à la présence d'Éric Zemmour, ayant «propulsé la case stratégique du 19h-20h». CNews revendique d'ailleurs une nette augmentation des téléspectateurs depuis son recrutement, autour de 500 000 par soir (contre 80 000 avant son arrivée).

Un business du racisme, en somme, que les propriétaires de chaînes et les chefferies éditoriales, bien au-delà du cas de CNews, ne rechignent pas à exploiter. À propos du virage de la chaîne de Vincent Bolloré, misant, dixit *Le Figaro* (4 sept.), «sur des personnalités clivantes et en éditorialisant fortement ses rendez-vous», Gérald-Brice Viret, directeur général des antennes et des programmes du groupe Canal+, déclare: «Avec Serge Nedjar, le DG de CNews, nous récoltons aujourd'hui les fruits de ce positionnement. [...] Nous perdons autour de 10 millions d'euros. L'objectif, en tenant compte de la crise du coronavirus, est d'atteindre l'équilibre financier en 2022.»

Un tournant éditorial qui fait doublement saliver l'actionnaire Bolloré: d'une part, la chaîne retrouve les niveaux d'audience de 2015 et réduit ses pertes; de l'autre, ses positions ultraconservatrices – dont il ne s'est jamais caché – envahissent le débat public. Il faut sans doute également rappeler combien le fonctionnement autoritaire et antidémocratique qu'il a instauré au sein du groupe profite à l'extrême droite. Un fonctionnement dont les Garriberts ont décrit tous les ressorts¹², reposant sur une toute-puissance déléguée à une poignée d'exécutants qui partagent ses valeurs. En octobre 2019, alors que Zemmour est en passe d'être recruté pour une quotidienne en récompense d'un appel à la guerre civile, alors que la décision provoque quelques remous dans la rédaction, la direction coupe court aux éventuelles velléités de révolte des journalistes:

«Vous pouvez faire six mois de grève, Zemmour viendra.» La menace a été proférée à des journalistes de CNews par son directeur Serge Nedjar [...]. Et de fait, Éric Zemmour arrive. Contre vents de colère et marées d'indignation. Et sans le moindre jour de grève. (*Les Jours*, 10 oct. 2019)

Fin de partie. Lorsqu'un média avance sur de telles bases, où l'autoritarisme et le management par la peur sont les bras armés d'un projet éditorial d'extrême droite, lui-même adossé à des objectifs financiers, les perspectives d'une «sortie par le haut» pour

“Vous pouvez faire six mois de grève, Zemmour viendra.”

Prétextes à doper l'audience, les éditorialistes réactionnaires sont pensés comme des produits d'appel.

le journalisme semblent de plus en plus lointaines... Se livrant bataille à partir d'une telle feuille de route, les chaînes d'info huilent chaque jour davantage les rouages de l'extrême droite, et l'ordre médiatique dérive mécaniquement. Et si CNews continue d'être « à part » dans le paysage audiovisuel – tant la « foxnewisation » y est poussée à son paroxysme – le continuum avec ses voisines est très net, et le nivellement se fait par le bas – ou plutôt par la droite. LCI notamment, qui « talonne » CNews en termes d'audiences, ne cache pas vouloir « rattraper » sa concurrente. À l'aide des mêmes ingrédients... pour la même soupe. En cette rentrée 2020, la chaîne « tout info » de Bouygues, recrute, parmi ses « nouveaux talents », Alain Finkielkraut, Éric Brunet, Arnaud Stéphan, ancien conseiller de Marion Maréchal (Marion Maréchal que LCI dément avoir sollicitée malgré les allégations de cette dernière...), et aligne les euros pour débaucher Alexandre Devecchio (*Le Figaro*, anciennement sur CNews dans l'émission de Zemmour). Un mercato fort réussi, dans la continuité de la rentrée précédente.

LE PIRE N'EST JAMAIS SÛR

Bien des mécanismes internes au système médiatique permettent d'expliquer comment l'extrême droite et les discours islamophobes ou racistes s'enracinent, de manière insidieuse et durable, en particulier dans les talk-shows des chaînes d'info. Analyser ces mécanismes comme des « accélérateurs » ou des conditions objectives favorables ne revient pas, toutefois, à nier la dimension proprement idéologique et politique à l'œuvre dans cet enracinement. Bien au contraire. Il est désormais évident que nombre d'animateurs, journalistes et personnalités occupant des positions de pouvoir dans les hiérarchies éditoriales – jusqu'à leur sommet (patrons de chaîne et actionnaires) – font le pari d'un militantisme politique assumé ancré à l'extrême droite.

Un pari d'autant plus facile à mettre en œuvre que les rapports de force internes aux rédactions, tout particulièrement au sein de CNews, sont hautement dégradés, et que le pouvoir de décision des journalistes, comme leurs capacités d'organisation, sont réduits comme peau de chagrin. Le contexte social et économique du pays, comme la reconfiguration brutale et rapide du champ politique (aimanté par les droites) ne sont évidemment pas neutres dans cette affaire. Il y a plus de six ans, nous écrivions déjà que « les fonctions de légitimation et d'incitation » que jouent les grands médias à l'égard de l'extrême droite en général et du



Rassemblement national en particulier s'inscrivent dans un paysage global :

L'enracinement [du Front national] est avant tout l'un des effets de la longue crise du capitalisme et de sa gestion néo-libérale, économiquement inefficace et socialement désastreuse, par les gouvernements qui se succèdent en France sans que les politiques changent radicalement. [Et qui se double] d'une crise politique de la représentation par les partis dominants et d'une crise sociale, qui met durement à l'épreuve les solidarités ouvrières et populaires: reflux des luttes sociales victorieuses, recul de la perspective d'une inversion des rapports de forces par des mobilisations collectives et, par conséquent, tentations du repli, qu'il soit national, identitaire ou communautaire¹².

Dans la société comme dans les médias dominants (télés en continu en tête), la persistance des mêmes causes aboutit donc à l'approfondissement

12. Lire *L'Empire*, Comment Vincent Bolloré a mangé Canal+, Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts, Seuil/Les Jours, 2016.

13. Lire sur le site d'Acrimed « Les médias et le Front national: indignations sélectives et banalisation effective », juin 2014.

des mêmes effets. Aussi la bulle médiatique entretient-elle cette course folle, vitrine de premier plan d'un débat public devenu orwellien, dans lequel agitateurs et communicants se disputent les fauteuils

Dépeindre les chaînes d'info et les « débats télé » comme des repoussoirs ou des cas « à part » serait une erreur.

pour débattre de tout et n'importe quoi n'importe comment. Causes auxquelles s'ajoutent d'autres tendances porteuses pour la banalisation de l'extrême droite, que nous pointons régulièrement en critiquant la dépolitisation systématique de la politique dans les grands médias, dont le RN, « hyperdédiabolisé » selon les mots de Nathalie Saint-Cricq¹⁴, récolte les fruits. Les innombrables « sagas » journalistiques autour de la famille

Le Pen, les entretiens accordés à Marion Maréchal en cette rentrée, les spéculations autour de sa possible candidature en 2022 sont autant d'exemples d'un journalisme politique au rabais, fasciné par les « coulisses » et asservi aux logiques électoralistes dominantes.

Dans ce domaine comme dans tous les autres, les chaînes d'info et les « débats télé » marquent le pli, mais sont loin d'être les seules: les dépeindre comme des repoussoirs, des cas « à part » serait une erreur. L'écosystème médiatique global, radios et presse écrite, s'inscrit plus ou moins ouvertement dans une même tendance. Fin janvier 2020, pour lancer la seconde parution de sa nouvelle formule, *L'Express* faisait par exemple le choix d'une Une d'anticipa-

tion en évoquant, plus de deux ans avant l'élection présidentielle, une « hypothèse crédible »:



Si un tel moment advient, il sera alors difficile de nier la part active qu'y auront prise les grands médias.

Pour autant, le pire n'est jamais certain. Et c'est le rôle de la critique des médias de rendre compte des dynamiques mortifères dans lesquelles est pris le système médiatique... pour mieux les combattre. ■

14. Lire sur le site d'Accrimed « Les chaînes télé déroulent le tapis rouge devant Marine Le Pen », mars 2019.



■ **BFM-TV**, 27 mai: «*Jean-Marie Bigard: un “danger” pour Macron?*»

Décidément le service politique de BFM-TV n'hésite pas à poser les questions qui fâchent.

■ **LCI**, 1^{er} juin: «*C'est un coup de chapeau, un coup de cœur pour un observatoire des médias [...]. Acrimed est un organisme formidable [...]. Vraiment regardez Acrimed!*» Suffisamment incongrus pour être signalés: ces propos louangeurs sur la chaîne de Bouygues, signés Gérard Miller.



■ **LCI**, 30 juillet: «*Français de droite, médias de gauche?*» Pour en débattre, encore un gauchiste: Louis de Ragueneil (de Valeurs actuelles).

■ **LCI**, 26 août: «*Grenoble: les dealers ne se cachent plus*». Un commentaire grave: «*Sur cette vidéo [...], des hommes cagoulés et vêtus de gilets pare-balles surveillent ce qui semble être un point de vente de stupéfiants.*» Des images en fait issues... du tournage d'un clip de rap.

■ **CNews**, 27 août: «*Sécurité: la culture de l'excuse à gauche*». CNews s'y connaît en culture de l'excuse: Éric Zemmour conserve son émission malgré sa (troisième) condamnation pour provocation à la haine, prononcée le 25 septembre.

■ **Europe 1**, début septembre: «*Écoutez le monde changer!*» La radio reprend des photos de collages féministes pour faire ses publicités... et embauche le réactionnaire Louis de Ragueneil (encore lui). Vous avez dit récup'?

■ **LCI**, 23 septembre: «*Moi quand je vais dans la rue, des jeunes filles avec le “crop-top”, ça me déconcentre [...] si vous êtes sexy, ne vous étonnez pas qu'on s'en aperçoive.*» Chaque lundi, avec Alain Finkielkraut dans «24h Pujadas», un peu de culture... du viol?

■ **RMC**, 24 septembre: «*Nous avons mis la santé et la vie au-dessus de tout, et c'est ce que c'est le bon choix?*»

Christophe Barbier, lui, a plutôt pour habitude de placer au-dessus de tout les intérêts des puissants.

■ **LCI**, 28 septembre: «*Aides sociales: la France trop généreuse?*» Éric Brunet, nouvelle recrue de la chaîne, recycle une énième fois ses obsessions. Et encore: «*Les chômeurs sont-ils trop assistés?*» Qui a dit que l'information sociale n'avait pas sa place sur les chaînes d'info?

■ **CNews**, 29 septembre: «*Faudrait que nous-mêmes nous fassions notre autodiscipline parfois à pas donner la parole à n'importe qui.*»

Du Pascal Praud dans le texte. Seul problème: les plateaux de CNews risquent d'être rapidement déserts.

■ **France Inter**, 29 septembre: «*Comment vous allez aujourd'hui? Vous avez encore des séquelles?*»

Face au ministre de l'Économie Bruno Le Maire, Léa Salamé une nouvelle fois sans pitié face aux puissants.

HARO SUR LES «KHMERS VERTS»

■ **Canal+**, 22 juin: «*Les Gilets jaunes ont accouché des Khmers verts!*» Yves Calvi se fâche tout rouge... contre les conclusions de la convention citoyenne pour le climat.

■ **CNews**, 18 août: «*Écologie: des fanatiques moralisateurs?*» En plateau, des spécialistes de la radicalisation écologiste: Willy Schraen, patron de la Fédération nationale des chasseurs, Julien Odoul (RN) et Laurence Saillet (ex-LR). CNews: des fanatiques du pluralisme.

■ **TF1**, 20 septembre: «*La France dissuade les achats de gros véhicules avec un malus écologique de plus en plus lourd*» regrette François Lenglet; «*Sans oublier les restrictions à la circulation automobile dans les villes qui se sont accrues depuis le confinement: pistes cyclables en surnombre, fermetures de voies, embouteillages permanents...*»

Encore un coup des Khmers verts. Et d'asséner, en guise de conclusion: «*Moins de voitures, c'est moins d'usines et moins d'emplois. Un chômeur qui roule à vélo, c'est d'abord un chômeur.*» Pour ce qui est des analyses ineptes, Lenglet, lui, ne chôme pas!

■ **LCI**, 23 septembre: Alain Finkielkraut, encore: «*Une silhouette gracieuse me déconcentre, mais aussi dans un sens plus négatif, un cycliste qui prend un sens interdit et qui me fait un bras d'honneur parce que je n'ai pas l'air content, ça me déconcentre.*» On en revient au péril vert!

■ **BFM-TV**, 29 septembre: «*Le régime qui a basculé du côté de “l'animal a des droits”, c'est le régime nazi.*» Christophe Barbier s'alarme d'une possible interdiction des animaux sauvages dans les cirques. Heureusement le spectacle continue sur BFM-TV! ■

ENSAUVAGEMENT MÉDIATIQUE

Depuis la fin du mois d'août, la question de l'insécurité fait de nouveau la Une des médias. Au programme: mise en spectacle de faits divers, statistiques utilisées à tort et à travers, sondages orientés... Entretien avec Laurent Mucchielli, sociologue et spécialiste des politiques de sécurité.

Acrimed: Nous souhaitons vous faire réagir à un échange qui s'est tenu le 27 août sur CNews¹. Face à David Guiraud (LFI), le présentateur affirme tout d'abord que la montée de la violence est attestée par les chiffres du ministère de l'Intérieur. Puis, son affirmation étant contestée par son interlocuteur, il rétorque: «On s'en fiche des chiffres! Il y a un sentiment dans le pays.» Quelle est votre réaction à cet échange?

Laurent Mucchielli: Cet échange révèle à mon sens au moins trois choses. D'abord il est typique de l'usage des chiffres comme des arguments d'autorité, leur instrumentalisation: «Ce que je dis est chiffré, donc je dis la vérité.» Ensuite, je relève dans cet échange le passage à une rhétorique et un vocabulaire populistes bien connus notamment à l'extrême droite. En substance: «Les chiffres ne vont pas dans mon sens mais je m'en fiche car les chiffres sont le produit du système accaparé par les élites, moi je connais le “pays réel”, je vais vous dire ce que ressentent “les Français”.» Enfin, je note que ce journalisme d'opinion

est devenu assez typique du rôle de présentateur/animateur des «plateaux télé» même si cela se voit davantage sur une chaîne comme CNews que sur une chaîne du groupe France Télévisions. Le présentateur n'est pas ici un journaliste neutre qui distribue la parole et surveille le bon déroulement d'un débat. Il est un acteur central du contenu du débat lui-même. Il est du reste recruté pour cela. C'est un rôle qui s'est «starisé» à la télévision comme à la radio. C'est le modèle américain du *talk show* qui s'est un peu généralisé, me semble-t-il.

Cet extrait pose en particulier la question de la médiatisation des chiffres des violences ou de la délinquance. Dans un article sur les techniques et enjeux de la mesure de la délinquance², vous revenez sur l'instrumentalisation des chiffres dans le débat médiatique. Comment expliquez-vous le faible recul des journalistes par rapport à ces statistiques, et vis-à-vis de la parole du ministère de manière générale³?

“Le poids des statistiques est devenu énorme dans le débat public.”

1. Voir p. 45.

2. Laurent Mucchielli, «Les techniques et les enjeux de la mesure de la délinquance», *Savoir/Agir*, 2010/4 (n° 14), p. 93-101.

3. À ce sujet, lire «Les actes de violence ont-ils réellement augmenté ces derniers mois en France?», *20 Minutes*, 26 août 2020.

Le poids des statistiques est devenu énorme dans le débat public. D'abord, comme je l'ai rappelé dans mon livre sur la vidéosurveillance⁴, nous vivons dans une société où l'imaginaire a été colonisé par les sciences et les technologies, et où une partie de la vie quotidienne (mais une partie seulement) évolue sous l'effet du développement technologique. Dans cet imaginaire, les raisonnements mathématiques, en particulier les probabilités, jouent un rôle très important. Ensuite, nous vivons aussi dans une société où le modèle managérial de l'entreprise privée s'est imposé dans l'administration publique. C'est le gouvernement par les chiffres, la culture du chiffre, qui règne partout, du commissariat de police à l'hôpital en passant par l'école. Partout, il faut « avoir les chiffres » et prouver le bien-fondé de son action par les chiffres.

L'effet combiné de ces deux grands processus est particulièrement puissant, et il donne l'impression d'une rationalité qui légitime celui qui l'incarne. Mais ce n'est souvent qu'une illusion. D'abord cette mise en chiffre de la société est toujours une simplification abusive. Le réel c'est la diversité et la complexité. Ensuite, les sociétés modernes restent muettes principalement par des émotions et des croyances collectives, par des enjeux de pouvoir et de domination dans la sphère politique, et par la recherche du profit à court terme dans la sphère marchande. La question sécuritaire illustre bien tout ceci. Mais je dirais que la crise sanitaire actuelle l'illustre encore plus fortement. Nous sommes saturés de chiffres, gouvernés apparemment par des chiffres, et pourtant ce que nous faisons au final n'est pas rationnel du point de vue médical.

Une dernière réponse à votre question sur le faible recul des journalistes est peut-être aussi le problème de la formation initiale et continue des journalistes. Je ne sais pas exactement ce qui est enseigné dans les écoles de journalisme ni qui s'occupe de leur formation, mais il est probable qu'il ne doit pas y avoir beaucoup d'heures de cours de sociologie et encore moins de méthodologie quantitative.

Chacun a vu ces images d'hommes armés à Grenoble, largement commentées sur les chaînes d'information en continu, qui étaient en réalité issues... d'un clip musical. Entre omniprésence des faits divers et information spectacle, peut-on dire que les

“Les rédacteurs en chef transforment ces faits divers en des faits de société.”

⁴. Laurent Mucchielli, *Vous êtes filmés !*, Armand Colin, 2018.



médias mettent en scène un spectacle de l'insécurité monté de toute pièce?

Les rédacteurs en chef n'inventent pas les faits divers que leurs journalistes vont ensuite « couvrir ». Et sauf exception (comme l'affaire de Grenoble), les faits divers utilisés sont bel et bien réels. Par contre, d'abord, ils choisissent ou pas de leur donner de l'importance : les « monter à la Une », les mettre en série les uns après les autres, y consacrer plus ou moins de temps, etc. Ensuite, ils orientent fondamentalement l'interprétation en transformant ces faits divers en des faits de société. Tel crime n'est plus simplement un crime commis tel jour à tel endroit, il devient un révélateur d'une tendance, le symbole de quelque chose qui traverserait toute la société. C'est en cela que les rédacteurs en chef font de la politique quoi qu'ils en disent. Quant au contenu de ces interprétations, il traduit les préoccupations politiques du moment comme on vient de le voir, ou bien recycle sottement les sempiternels refrains sur l'augmentation de la violence, la disparition de la morale, la crise de l'autorité, la rébellion des jeunes... bref le « tout fout le camp et c'était mieux avant ». C'est à la fois un discours de vieux et un discours de café du commerce pour dire les choses.

Dans *Fantômes et réalités dans le débat français*⁵, vous écriviez en 2001: «*Les journalistes ont beau essayer de s'en défendre et de renvoyer toujours la faute sur le voisin, si "l'insécurité" a pris une telle importance dans le débat public, c'est aussi parce que nos journaux, nos radios et nos télévisions y consacrent une place démesurée.*» Que pensez-vous de l'évolution du traitement médiatique des questions d'insécurité depuis les années 2000 à la séquence médiatique actuelle?

Je vieillis mais j'ai encore une bonne mémoire, et ce qui s'est passé cet été m'a rappelé des choses déjà connues. Par exemple, le contexte des années 2001-2002, où l'insécurité était la question politique et médiatique numéro 1 parce que c'était une période électorale (municipales de 2002, présidentielle de 2002). Ou encore l'été 2010 avec le discours de Nicolas Sarkozy à Grenoble (déjà...), qui lance sa campagne pour la présidentielle de 2012. Aujourd'hui que voyons-nous? Un nouveau gouvernement est nommé en juillet 2020, il a pour mission de piloter le bateau jusqu'à l'élection présidentielle de 2022, où le président de la République pense qu'il sera une fois de plus opposé au final à l'extrême droite. Progressivement dans l'été, tout le gouvernement prend des vacances, sauf MM. Castex et Darmanin. Fin juillet, le Premier ministre se rend à Nice dénoncer «l'insécurité», féliciter Christian Estrosi et vanter

“C'est fondamentalement l'agenda politique qui fait l'agenda médiatique.”

5. Laurent Mucchielli, *Violences et insécurité. Fantômes et réalités dans le débat français*, La Découverte, 2001.

le modèle niçois de gestion sécuritaire, accompagné d'un ministre de l'Intérieur qui ne cache pas que son modèle est Nicolas Sarkozy. Et comme par hasard, dans les médias, l'été est dominé par deux questions: la Covid et la sécurité.

Comme je l'ai souvent dit, le drame du journalisme contemporain est qu'il ne maîtrise pas son agenda. C'est fondamentalement l'agenda politique qui fait l'agenda médiatique. De temps à autre, les journalistes arrivent encore à sortir une «affaire», un petit «scandale», et prennent ainsi une petite revanche symbolique. Mais la réalité quotidienne est qu'ils sont totalement dépendants de la communication politique. On parle de ceci ou de cela aujourd'hui parce que le gouvernement a annoncé ceci ou cela hier en conférence de presse, ou bien qu'il a décidé de faire une sortie à tel ou tel endroit. Et la première chose que lit le journaliste désigné pour «couvrir» cette «actualité», c'est le dossier de presse que le gouvernement a concocté.



Le ministre de l'Intérieur a annoncé récemment la mise en place de points presse mensuels pour communiquer les «résultats» du ministère de l'Intérieur. Vous rappelez que les chiffres de la délinquance sont publiés annuellement depuis 1972, mensuellement depuis 2002. Depuis les années 2000, comment a évolué la stratégie de communication du ministère de l'Intérieur à destination des médias, quel impact a-t-elle eu sur le traitement médiatique des questions d'insécurité?

Les déclarations récentes de Gérald Darmanin ressemblent très fortement à celles de Nicolas Sarkozy à son arrivée au ministère de l'Intérieur en 2002. Il s'en est suivi dix ans d'une politique du chiffre qui a marqué toutes les institutions policières. Après l'élection de François Hollande en 2012, et la nomination de Manuel Valls à l'Intérieur, on a assisté à un reflux voire à un démantèlement partiel de l'appareil statistique mis en place. Le rapport des inspections générales de l'Insee, de la police nationale et de la gendarmerie nationale (juin 2013) puis celui de l'inspection générale de l'administration (février 2014) ont écrit noir sur blanc ce que des chercheurs comme Christian Mouhanna et moi, et des professionnels courageux, disaient depuis des années sur la fabrication politico-administrative des chiffres de la délinquance. Cette communication par les chiffres a donc un temps disparu au ministère de l'Intérieur. Des changements importants de logiciel ont par ailleurs perturbé fortement la production des statistiques de police et de gendarmerie en 2014-2016. Dans le même temps, jugeant probablement l'Observatoire national de la délinquance pas assez fiable (trop soumis au ministère de l'Intérieur dans les années Sarkozy, alors qu'il était dirigé par un de ses proches: Alain Bauer), M. Valls a recréé un service statistique au ministère de l'Intérieur: Interstats. Ce service a mis plusieurs années à trouver son audience et sa légitimité. C'est le cas aujourd'hui. Et il publie déjà depuis longtemps des statistiques mensuelles. L'outil est donc déjà à disposition. Le risque, que j'avais annoncé à l'époque⁶, étant qu'il soit à nouveau instrumentalisé un jour. C'est ce qui risque d'arriver avec G. Darmanin. Il va falloir surveiller ça dans les mois qui viennent.

“Le succès du terme «ensauvagement» est inquiétant car il fait partie du vocabulaire ordinaire de l'extrême droite depuis la fin du XIX^e siècle.”

“La banalisation du racisme est devenue évidente ces dernières années.”

6. Cf. «La statistique de police rentre au bercail», 7 octobre 2015, sur le blog de Laurent Mucchielli.

7. Laurent Mucchielli, *La France telle qu'elle est*, Fayard, 2020.

Le terme d'«ensauvagement» a été employé par le ministre de l'Intérieur le 24 juillet dans un entretien au *Figaro* pour qualifier des faits divers violents survenus pendant l'été. Depuis le terme a saturé l'espace médiatique et polarisé le débat autour de la question d'une explosion de violence au sein de la société. Un terme repris, «décrypté», commenté, attesté par les nombreux commentateurs d'extrême droite sur les plateaux des chaînes d'information en continu... Comment percevez-vous le succès médiatique de ce terme?

Ce succès est inquiétant car il s'agit d'un terme qui fait partie du vocabulaire ordinaire de l'extrême droite depuis la fin du XIX^e siècle. L'immigré est toujours assimilé à un «barbare», un «sauvage» – bref, un «non-civilisé». Ces dernières années, Marine Le Pen utilise régulièrement le terme d'«ensauvagement». Depuis 2013 précisément, avec la parution du livre *La France, Orange mécanique*. L'auteur, un jeune journaliste d'extrême droite caché sous un pseudonyme (tout comme son préfacier), y accumulait des chiffres et des faits divers tronqués pour montrer que tout cela est la faute «des Arabes et des Noirs», comme diraient des intellectuels comme Zemmour mais aussi

certains syndicats de police qui dissimulent à peine leur racisme. Alors certes il n'est pas très étonnant de retrouver ce vocabulaire dans des déclarations de G. Darmanin lorsqu'on se renseigne un peu sur sa trajectoire politique: on sait qu'il a souvent navigué à la limite de l'extrême droite, il suffit de consulter sa biographie sur

Wikipédia. Mais le fait qu'il soit ministre de la République, de surcroît ministre de l'Intérieur, devrait tous nous alarmer. La banalisation du racisme est devenue évidente ces dernières années. C'est pourquoi j'ai écrit mon dernier livre⁷. Et le thème de «l'insécurité» est depuis toujours le premier argument des rhétoriques racistes. ■

CNEWS ET LCI DORLOTENT LA «FACHOSPHERE»

En 2019, les deux chaînes d'info s'arrachaient la rédactrice en chef de Boulevard Voltaire, Gabrielle Cluzel. Légitimant, de ce fait, la représentation des réseaux d'extrême droite dans leurs médias dits «généralistes»¹.

Qui, dans l'espace médiatique, pourrait être à la fois spécialiste du Conseil constitutionnel, des nationalistes corses, de la justice japonaise, des radars vandalisés, du «Grand débat», de l'écriture inclusive, de l'ISF, de la réforme des lycées, de Viktor Orbán, des élections municipales parisiennes, des gilets jaunes, du harcèlement en ligne, de la mortalité routière, de Benalla, des débats européens, du hijab de Decathlon, de la France rurale, de Juppé, de l'antisémitisme, des fonctionnaires et de la politique italienne ? Réponse : à peu près tous les éditorialistes. Et ça tombe plutôt bien, puisque c'est en tant que telle que Gabrielle Cluzel, rédactrice en chef de Boulevard Voltaire, est très régulièrement invitée sur CNews et LCI depuis le 1^{er} février 2019. Trois émissions en particulier, «L'Heure de Bachelot» (LCI), «Les Voix de l'info» et «Punchline» (CNews) ont ainsi contribué à la légitimation et à la promotion médiatique d'un nouveau visage de l'éditocratie, tout droit issu des milieux d'extrême droite sur internet – de la «fachosphere».

**Une présence
médiatique assurée
en moyenne un jour
sur deux.**

Du 1^{er} février au 24 avril 2019, Gabrielle Cluzel a foulé pas moins de 43 plateaux, soit une présence médiatique assurée en moyenne un jour sur deux². Elle reçoit principalement les faveurs de Laurence Ferrari, mais également celles de Sonia Mabrouk et de Roselyne Bachelot, alors animatrice sur LCI, aujourd'hui ministre de la Culture. Il est vrai que ce

ne sont pas les rendez-vous qui manquent. Les chaînes d'information en continu en produisent en série : des émissions robotisées, composées en grande majorité de communicants et d'éditorialistes, supposant un roulement extrêmement important parmi les journalistes disposés à venir faire valoir leur science sur tout et n'importe

quoi. Et il semble que les rédactions soient parfois à court d'idées. C'est donc sans aucun doute à leur plus grand dam qu'elles se retrouvent contraintes d'inviter... la rédactrice en chef d'un blog d'extrême droite.

Boulevard Voltaire a été conjointement créé par Robert Ménard et Dominique Jamet en 2012. Le site a eu pour rédactrice en chef Emmanuelle Ménard qui, devenue députée en juin 2017 avec le soutien du Front national, a alors cédé sa place à Gabrielle

1. Cet article a été initialement publié le 24 avril 2019; aujourd'hui, Gabrielle Cluzel est essentiellement présente sur CNews.

2. Le décompte a été effectué grâce au compte Twitter de l'intéressée, qui relaie assidûment chacun de ses passages médiatiques. Gabrielle Cluzel a été invitée en tout 17 fois en février, 14 fois en mars et 14 fois sur la période d'avril étudiée.

En route pour le Grand Remplacement : nos sociétés refusent la fertilité !

“Il faut interrompre le processus du Grand Remplacement”

Évoquer le Grand Remplacement : de l’incitation à la haine raciale, maintenant !

Grand Remplacement : *Le Monde* devrait revoir ses chiffres

“Transmettre ou disparaître” : comment lutter contre le Grand Remplacement ?

M. Macron, quand mettrez-vous les sans-papiers hors de chez nous ?

SOS Méditerranée dans les écoles : Jean-Michel Blanquer complice du prosélytisme migratoire ?

Des migrants pourris-gâtés ?

Un militaire à la tête du pays : pourquoi pas ?

Bobards d’or 2019 : et si le père du fact-checking, c’était Jean-Yves Le Gallou ?

Pub pour l’IVG et la pilule et immigrationnisme : même viol

Un grand nombre de femmes rêvent d’être violées...

3. Tous les titres du montage sont issus du site de Boulevard Voltaire, de haut en bas : 10 décembre 2015 ; 19 avr. 2015 ; 24 mars 2019 ; 21 mars 2019 ; 8 mars 2017 ; 9 nov. 2018 ; 12 janv. 2019 ; 23 août 2017 ; 27 mars 2019 ; 20 fév. 2019 ; 7 mai 2019 ; 24 mai 2013.

4. Lire « Boulevard Voltaire, le site fondé par Robert Ménard, lâché par ses annonceurs », *Télérama*, 30 août 2017.

5. Lire « La fachosphère inquiète de la diffusion de fake news... » par la fachosphère », *Libération*, 7 mai 2017.

6. Boulevard Voltaire est par exemple très investi dans la cérémonie des « Bobards d’or », organisée par un think tank identitaire, aux côtés d’autres membres de la fachosphère. Le site était d’ailleurs présent lors de l’édition de février 2019, au cours de laquelle il a réalisé une interview de Jean-Yves Le Gallou (19 fév. 2019). Lire « La fachosphère se paie la tournée des “bobards” », *Libération* (9 mars 2015) ou « Comment les sites internet d’extrême droite discréditent le travail des médias », *France Inter* (7 fév. 2017).

Cluzel. Un petit tour sur le site, dont les dossiers vont de « Immigration » à « Christianophobie » en passant par « Racisme anti-blanc » et « Migrants et la délinquance », suffit à donner la tonalité des thématiques fétiches des rédacteurs, qui n’hésitent pas à promouvoir ouvertement la théorie du « grand remplacement »³.

Des publications ayant valu à Boulevard Voltaire de nombreux épinglages pour incitations à la haine : le blog est même devenu une cible du collectif « Sleeping Giants », spécialisé dans la « lutte contre le financement des discours de haine ». À l’issue de leur campagne en 2019, le collectif revendiquait le retrait de 915 annonceurs (Twitter, 16 avr. 2019), soit une chute importante du capital publicitaire de Boulevard Voltaire⁴. Vitrine pour de nombreuses personnalités d’extrême droite (de Jean-Yves

Le Gallou à Alain Soral en passant par Renaud Camus, etc.), promoteur de fausses nouvelles⁵, adepte de la « réinformation » et de la critique des médias d’extrême droite⁶... Voilà un palmarès qui méritait bien une invitation de sa rédactrice en chef au moins une fois tous les deux jours dans deux grandes chaînes d’information en continu !

« NOUS SOMMES HEUREUX DE VOUS ACCUEILLIR »

En octroyant ainsi à Gabrielle Cluzel un rond de serviette sur des plateaux de « débat » aux côtés d’autres éditorialistes et invités politiques, CNews et LCI ont donc contribué à légitimer pleinement le site d’extrême droite dans le champ médiatique. Un site qui n’est d’ailleurs jamais présenté aux téléspectateurs par les animateurs. Bien prompts à jeter

CQFD REMET SUD RADIO À SA PLACE

Dans son édition estivale, le mensuel CQFD publie une critique acerbe de Sud Radio, qui n'a de «Sud» que le nom. Rachetée par Fiducial en 2013, la radio «Parlons vrai» a vu son activité déménager en région parisienne, et sa ligne éditoriale évoluer vers la «polémique», et «la banalisation des idées d'extrême droite». «À Sud Radio, plus rien n'incarne le Sud, ni le contenu des talk-shows entrecoupés de publicités criardes, ni l'accent pointu de ses animateurs», lit-on. Et la rédaction de CQFD, basée à Marseille, sait de quoi elle parle!

LA TOPETTE S'INFLIGE 24 HEURES DE ANGERS TÉLÉ

Dans son tout premier numéro (bienvenue!), le journal «populaire et indiscipliné» *La Topette* se paye la poire d'Angers Télé. Entre baisses de dotations publiques et licenciements, l'état de cette télé locale inquiétait les journalistes de *La Topette*, qui l'ont observée pendant 24 heures. Un marathon télévisuel qui se transforme en cauchemar: «J'aurai vu pas moins de 11 émissions d'accordéon, 31 bandes-annonces pour «1,2,3 Musette», 43 publicités pour la Marine nationale [...] Je n'aurais pas écouté un Angevin s'exprimer, à l'exception ou presque de leurs représentants politiques.» Représentants que certains des cadres de la télé locale connaissent bien, puisqu'ils enchaînent les ménages au service des institutions et des grosses entreprises locales.

ÉPIDÉMIE DE FAKE NEWS DANS LES GRANDS MÉDIAS?

Dans son édition de juin, *Le Ravi* nous gratifie d'un article intitulé «Médias sous Covid: le masque ou la plume?», revenant sur les excès du journalisme de plateau en temps de crise sanitaire. Le journal marseillais s'étonne par ailleurs de voir le quotidien gratuit *20 Minutes* prendre des airs d'Acrimed pour conspuer l'attitude des éditocrates en période de pandémie. Preuve s'il en est pour le journal que «l'heure est grave», dans un contexte où «la plupart des médias ressortent de cette crise particulièrement fragilisés».

l'opprobre sur des journalistes ou des chercheurs sympathisants ou militants de la gauche radicale, les présentateurs sont en revanche muets quant aux orientations de Gabrielle Cluzel, introduite et tolérée comme membre de l'éditocratie légitime.

Ainsi de Jean-Michel Apathie: «Vous êtes journaliste à Boulevard Voltaire et écrivain. Voilà. Nous sommes heureux de vous accueillir» («L'Heure d'Apathie», 11 fév. 2019). «Voilà» – voilà Jean-Michel Apathie heureux d'asseoir la légitimité d'un site qui promeut la «réinformation», lui qui ne manque jamais l'occasion de dénoncer une association comme la nôtre, qu'il accuse de «souffler sur les braises» (lire par exemple, sur le site d'Acrimed, «Violences contre les médias»: amalgames et mauvais procès», fév. 2019). En octobre 2017, l'éditorialiste d'Europe 1 prenait Laurent Wauquiez à partie lorsque ce dernier évoquait «le grand remplacement culturel»:



Nous pouvons désormais lui retourner la question...

Après l'attentat de Christchurch, les grands médias ont alerté sur la «théorie du grand remplacement», revendiquée par l'auteur du massacre Brenton Tarrant, s'interrogeant sur sa provenance, peinés de sa divulgation. Le 18 mars, Pierre Haski concluait sa chronique par une mise en garde:

Dans le flot rapide des informations et des indignations, nous ne parvenons parfois plus à voir les logiques à l'œuvre, jusqu'à ce qu'un acte plus insensé que les autres ne révèle le piège dans lequel ces idéologues veulent nous conduire, celui de la haine, celui de la guerre civile. Pensons-y avant la prochaine polémique pavlovienne aux relents de Grand remplacement. Avant tout massacre, il y a bien une idée.

Question: ériger pendant des mois la rédactrice en chef du site Boulevard Voltaire au rang d'éditorialiste comme les autres pour qu'elle commente l'actualité, ça compte? Nul doute que les grands médias, tous en chœur, ne manqueront donc pas «d'y penser».

AIDES À LA PRESSE : LE GOUVERNEMENT SOIGNE LES MILLIARDAIRES

Pour lutter contre les effets de la crise sanitaire dans le secteur de la presse, le gouvernement a annoncé plusieurs mesures, à commencer par le déblocage de 666 millions d'euros d'aides. Problème, relevé par Mediapart (8 juill.) : *« Les milliardaires qui contrôlent les journaux ne sont quasiment pas mis à contribution et obtiennent ces aides sans la moindre contrepartie. »*

LE CIBLAGE PUBLICITAIRE AUTORISÉ À LA TÉLÉ

Annoncée depuis plus d'un an, la (mauvaise) nouvelle est désormais bien réelle : la publicité ciblée est autorisée à la télévision. En utilisant les données transmises par les fournisseurs d'accès à internet, les chaînes peuvent dorénavant segmenter leurs spots publicitaires afin de cibler plus efficacement les consommateurs recherchés. D'après France Inter (7 août), *« les pubs dépendront de votre lieu d'habitation notamment, du nombre de personnes dans votre foyer, ou encore de votre catégorie socio-professionnelle »*. De quoi rentabiliser toujours plus le fameux *« temps de cerveau disponible »*...

PLAN D'ÉCONOMIES MAINTENU À RADIO FRANCE

Diminution des congés des salariés, et suppression de 299 postes : tel était le projet mortifère de la présidence de Radio France fin 2019. En ont résulté une grève de 52 jours des salariés du groupe public et des négociations, interrompues par la crise sanitaire. Fin août, la présidente de Radio France, Sibylle Veil, a annoncé qu'elle maintenait ce plan. Un accord a été trouvé début octobre avec les syndicats (à l'exception de la CGT).

BOLLORÉ CHEZ LAGARDÈRE : DÉJÀ DU GRABUGE

Arnaud Lagardère a fait chauffer son carnet d'adresses pour trouver des soutiens face aux menaces de son principal actionnaire Amber Capital (20 % du capital de Lagardère). Et pas n'importe lesquels : les milliardaires Vincent Bolloré (via son groupe Vivendi) et Bernard Arnault ! Mais un conflit majeur semble déjà sur le point d'exploser avec le premier. Initialement entré au capital de Lagardère avec 10,6 % des parts, Vivendi a rapidement progressé pendant l'été, jusqu'à atteindre 23,5 % des parts fin août, d'après *Les Échos* (21 août). Fort de ce poids, Vincent Bolloré a joint sa voix à celle d'Amber Capital pour demander le remplacement de plusieurs administrateurs et la tenue d'une nouvelle assemblée générale. D'après *Le Monde* (1^{er} sept.), Arnaud Lagardère a publiquement refusé d'obtempérer, et les deux actionnaires principaux ont annoncé qu'ils allaient saisir la justice.

DELPHINE ERNOTTE : REBELOTE

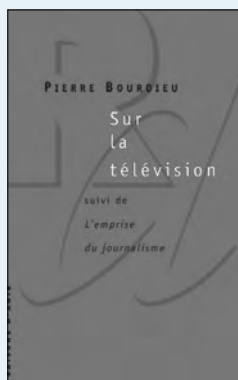
Fin juillet, le CSA a annoncé qu'il reconduisait Delphine Ernotte à la tête de France Télévisions. Roch-Olivier Maistre, président du CSA, expliquait alors à France Info (22 juill.) *« jouer la carte de la stabilité »*. Fait intéressant : jusqu'ici, aucun dirigeant n'avait jamais été prolongé à son poste. Un succès qui n'a sans doute rien à voir avec la docilité d'Ernotte face aux incessantes coupes budgétaires décidées par le pouvoir politique.

NOUVELLE CENSURE POLITIQUE À CANAL+

L'émission « Ciné le Mag » tournée le 23 juin 2020 a été grossièrement censurée par Canal+. La raison ? On pouvait y entendre l'actrice Annabelle Lengronne citer Assa Traoré en réponse à une question sur les femmes noires qui l'inspiraient. D'après son témoignage, l'actrice aurait été immédiatement coupée par le directeur des programmes de la chaîne Frédéric Dezert ; et la scène, complètement coupée au montage ! L'animatrice du programme Claire Diau a également publié son témoignage, repris par 20 Minutes (18 juill.) : *« Suite à la pression puis à la menace d'éviction de notre équipe par la production suivis par plusieurs pourparlers avec la direction de Canal+ Afrique, notre équipe qui a animé avec passion et professionnalisme cette émission depuis 82 épisodes a le regret de vous annoncer son départ. »* Elle et quatre autres salariés ont depuis démissionné.

DISPARITION DE FRANCE Ô

Le 23 août, la chaîne dédiée à l'actualité des Outre-mer a cessé d'émettre sur la TNT. Comme le raconte *La Première* (23 août), cet arrêt a été entériné par le CSA et la ministre de la Culture, Roselyne Bachelot, conformément au projet de son prédécesseur, Franck Riester... et contrairement aux engagements de campagne d'Emmanuel Macron. La mobilisation du collectif « Sauvons France Ô », à l'origine d'une pétition dénonçant une *« atteinte à la mission essentielle du service public »*, n'y aura rien fait. La direction de France Télévisions et le ministère défendent quant à eux *« un "réflexe outre-mer" dans l'ensemble de l'offre »* et un redéploiement numérique. Si le « Portail des Outre-mer » a bel et bien été lancé en juin 2020, la question des moyens (humains et financiers), nécessaires à la production d'une ample information de qualité, reste d'actualité, *a fortiori* dans un contexte de coupes budgétaires à France Télévisions... ■



Sur la télévision

Pierre Bourdieu,
Raisons d'agir, 1996

Quand Pierre Bourdieu publie son livre, transcription de deux émissions réalisées dans le cadre d'une série de cours au Collège de France, les chaînes d'info en continu sont absentes du paysage audiovisuel français. Pourtant, *Sur la télévision* décrit des mécanismes qui sont à l'œuvre aujourd'hui dans la fabrique de l'information en continu : importance de l'audimat et logique de la concurrence, mise en avant des faits divers, circulation circulaire de l'information, débats « vraiment faux » et « faussement vrais », omniprésence des bons clients sur les plateaux (les « fast-thinkers »)... Les chaînes d'info, loin de s'affranchir des contraintes et des logiques qui pèsent sur la télévision en général, les ont exacerbées. « *La télévision appelle à la dramatisation, au double sens : elle met en scène, en images, un événement et elle en exagère l'importance, la gravité, et le caractère dramatique, tragique* », écrivait Bourdieu. Plus de vingt ans plus tard, le constat est toujours d'actualité. ■



Sociologie de la télévision

Brigitte Le Grignou et Érik Neveu,
La Découverte, 2017

« *Si le temps passé devant le téléviseur décline légèrement depuis les années 2010, ce média, décrit comme en phase terminale, mobilise encore en moyenne près de quatre heures d'attention par jour en France, sans parler de la télévision vue sur d'autres écrans.* » Dans *Sociologie de la télévision*, B. Le Grignou et É. Neveu présentent des approches sociologiques qui remettent en cause nombre d'idées reçues sur ce média et ses effets. Ils explorent successivement l'évolution de la structure de l'espace professionnel (ceux qui produisent l'information télévisuelle) et celle des contenus télévisés (ce qu'ils produisent), avant de se pencher sur les publics et sur la question des effets de la télévision, loin de la vision caricaturale d'une « télévision abrutissante ». Ils soulignent, par ailleurs, le caractère globalement conservateur du petit écran, que ce soit en matière d'innovations techniques, de mœurs, d'ouverture aux contestations. Tant et si bien que les idées reçues et le conformisme intellectuel y dominent. ■



Ma vie au poste

Samuel Gontier,
La Découverte, 2016

Dans cette version augmentée de ses chroniques parues entre 2008 et 2016 sur son blog, le journaliste de *Télérama* rend compte de ses observations assidues des émissions de télévision, en particulier sur les chaînes d'info en continu. Par l'accumulation de centaines d'heures de visionnage de ces flux de programmes plus ou moins jetables, Samuel Gontier repère avec une ironie mordante les énormités débitées quotidiennement sur les plateaux et construit un regard distancié et critique sur des médias qui, de leur côté, s'imposent de moins en moins de distance par rapport aux événements et aux phénomènes sociaux sur lesquels ils prétendent informer. Bilan : « *Même si des programmes plus subversifs subsistent, la télé scrutée dans Ma vie au poste véhicule une idéologie (au sens, non péjoratif, de "vision du monde") conservatrice, ultralibérale, servile, sexiste, xénophobe, consumériste.* » ■

CNEWS SE JOUE DES CHIFFRES !

DANS L'INFO DU SOIR, DAVID GUIRAUD (FRANCE INSOUMISE) REMET EN QUESTION LE CONSTAT D'UNE HAUSSE DES VIOLENCES, COMMENTÉE À FOISON SUR LA CHAÎNE. C'ÉTAIT SANS COMPTER LA VIGILANCE DE L'ANIMATEUR JULIEN PASQUET ET DE GABRIELLE CLUZEL, DE BOULEVARD VOLTAIRE...

LE 27 AOÛT 2020 SUR CNEWS...



QU'EST-CE QUI VOUS PERMET D'AFFIRMER QU'IL Y A, COMME DISAIT MADAME, UN ENSAUVAGEMENT QUI MONTE DANS LA SOCIÉTÉ OU UNE HAUSSE DES VIOLENCES ?

SUR QUOI VOUS VOUS BASEZ POUR DIRE ÇA ?



AH BEH DITES DONC, VOUS AVEZ VÉCU DANS UN CAVE OU UNE CAPSULE SUR LA LUNE, VOUS, CES DERNIÈRES SEMAINES ?!



LES CHIFFRES, ON LES MONTRE DEPUIS QUASIMENT UN MOIS, ALORS JE PEUX VOUS DIRE, JE LES AI EN TÊTE !

ALLEZ-Y !

CE QUE JE PEUX VOUS DIRE, EN DEUX SECONDES, DEPUIS VINGT ANS LA VIOLENCE ET LES DÉLITS DANS NOTRE PAYS ONT BAISSÉ...

... EN REVANCHE, SUR LES DEUX DERNIÈRES ANNÉES IL Y A UNE AUGMENTATION...

... CE SONT DES CHIFFRES DU MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR ET POUR LE COUP, JE SAIS QUE J'AI RAISON !



VOUS SAVEZ QUE VOUS AVEZ RAISON ? MAIS MOI, SUR LES CHIFFRES DU MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR DE 2019, ON PARLE...



ET SI ON ARRÊTAIT DE PARLER DES CHIFFRES ???

ET QU'ON S'ARRÊTAIT AU RESSENTI DES FRANÇAIS ??

ON S'EN FICHE DES CHIFFRES !!

MÉDIACRITIQUES

N°36

REVUE TRIMESTRIELLE
D'ACRIMED

L'INFORMATION EN CONTINU

04 UN JOURNALISME
À LA CHAÎNE

13 BFM-TV,
MODE D'EMPLOI

19 UNE MANIFESTATION
DANS LE VISEUR

21 FRANCEINFO,
«L'INFO AUTREMENT»?

27 L'EXTRÊME DROITE
EN CROISIÈRE

36 ENSAUVAGEMENT
MÉDIATIQUE
(ENTRETIEN AVEC
LAURENT MUCCHIELLI)

40 CNEWS ET LCI
DORLOTENT LA
FACHOSPHERE

ET DANS LES RUBRIQUES...

03 RAPHAËL ENTHOVEN
EN TOURNÉE

12 «DÉCRYPTAGE»

35 HARO SUR LES
«KHMERS VERTS»

45 CNEWS SE JOUE
DES CHIFFRES