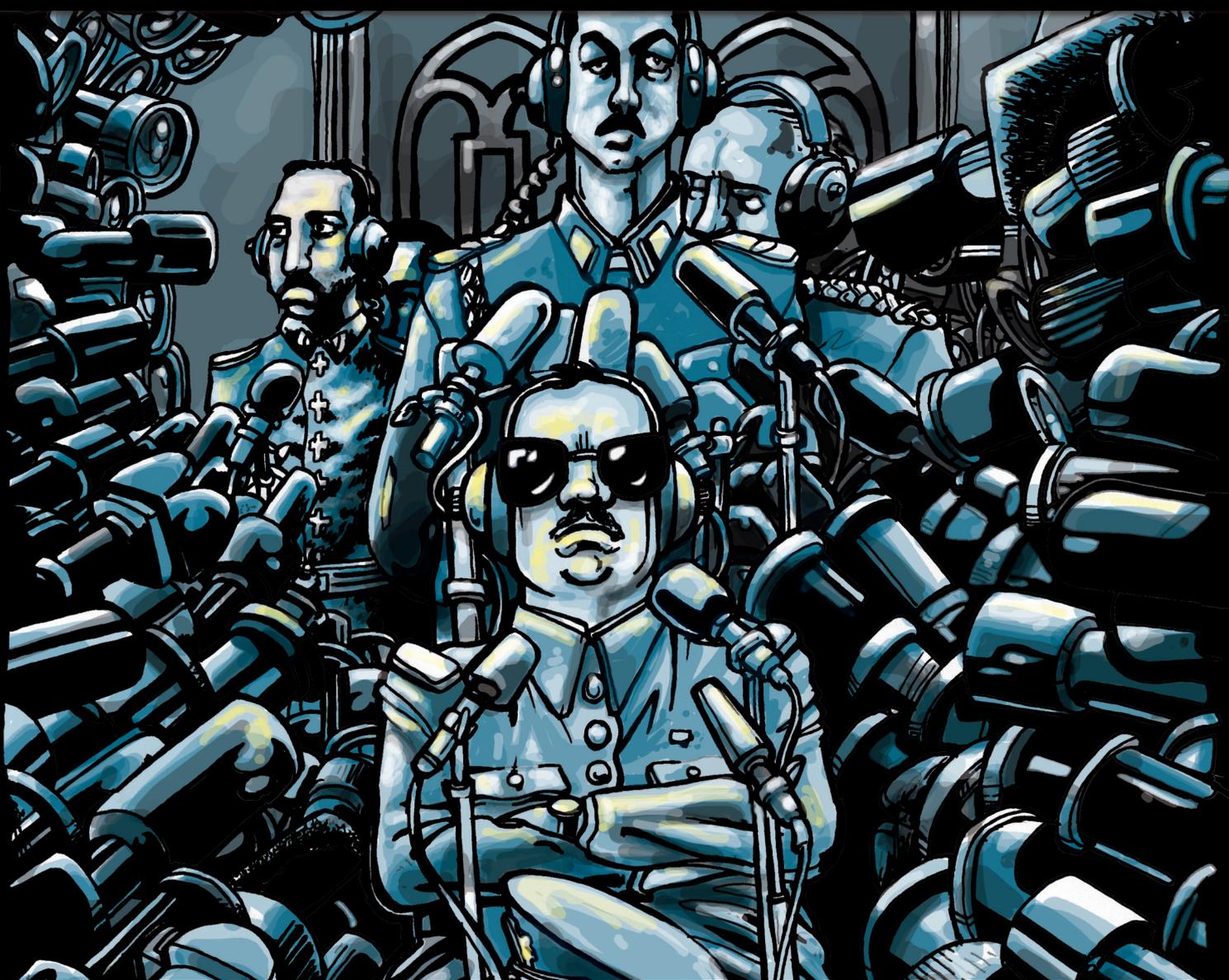


MÉDIACRITIQUE(S)

TRANSFORMER LES MÉDIAS ?



**LES EXPERTS SONT FORMELS : «ÇA NE VA PAS ÊTRE POSSIBLE»
ET LE GOUVERNEMENT?**

France Télévisions, CSA, Hadopi: De l'audace!

Et aussi: Google numérise - Grazia conseille - l'U.E. fait l'unanimité...

SOMMAIRE

- 4. LES CHORISTES DES ONDES
- 6. L'U.E. FAIT L'UNANIMITÉ
- 9. UNE PIGISTE TÉMOIGNE
- 11. GOOGLE ET LES ÉDITEURS
- 14. LES BIDOUILLAGES DE *GRAZIA*

DE L'AUDACE!

- 15. Asphyxier France Télévisions?
- 19. Ripoliner le CSA?
- 20. Bricoler l'AEF?
Ravaler Hadopi?
- 21. ENTRETIEN :
ROMANCER POUR ENQUÊTER
- 23. L'EXTRÊME DROITE
CRITIQUE DES MÉDIAS
- 26. (DÉ)FORMATIONS
- 28. LE COOL DES *INROCKS*
- 29. OURAGANS MÉDIATIQUES
- 32. NOUVELLE VICTOIRE DE SINÉ
- 32-33. À VOIR, À LIRE

Médiacritique(s)

Le magazine trimestriel d'Acrimed

Directeur de la publication

Henri Maler

Ont collaboré à ce numéro

Frédéric Lemaire, Blaise Magnin, Henri Maler,
Jean Pérès, Olivier Poche, Mathias Reymond,
Julien Salingue

Illustrations

Bench, Colloghan, Frédéric Lemaire
Une réalisée par Colloghan

Secrétaires de rédaction

Blaise Magnin, Olivier Poche

Imprimé par

Espace Imprim
46, rue de Paradis – 75010 Paris

Commission paritaire: 1213 G 91177
ISSN: 2256-8271

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

Petit à petit, *Médiacritique(s)* fait son nid, en offrant à ses lectrices et lecteurs des publications significatives parues sur notre site (que l'imprimé peut permettre de mieux savourer) et des inédits; des articles variés, pamphlétaires ou analytiques, qui ont en commun de témoigner de notre absence d'affection pour les plaies du journalisme et les ravages du libéralisme économique. Les plaies de l'unanimité sur les questions économiques et européennes ou de la compassion sélective pour les victimes de dévastation, par exemple; mais aussi les plaies de la précarité des emplois et de la (dé)formation des jeunes journalistes. Les ravages d'un capitalisme sans frein qui, notamment, s'empare de l'édition et mine les entreprises médiatiques. Des plaies et des ravages que nous mettons en évidence, non par délectation morbide, mais pour rendre toujours plus tranchante l'exigence de transformations profondes du monde des médias. Contester et proposer: Acrimed ne change pas de cap.

De l'audace?

Petit à petit, en revanche, le gouvernement, en compétition avec lui-même pour que le

peu-disant des engagements de la présidentielle débouche sur le pas grand-chose des réalisations, multiplie les dérobades et les démissions. Sans doute est-il encore trop tôt pour dresser un bilan. Mais quand on emprunte, en début de mandat, les voies étroites du minimum, comme nous essayons de le mettre en évidence, il est difficile de croire qu'elles vont s'élargir subitement.

Petit à petit, la crise de la presse écrite et celle de France Télévisions s'aggravent. Un rapport parlementaire dresse-t-il le bilan calamiteux des aides à la presse? Leur transformation, ce sera peut-être pour l'année prochaine. Pour nos propres propositions, ce sera pour le prochain numéro.

Bernard Tapie, notre petit Berlusconi hexagonal, s'empare-t-il des quotidiens du Sud-Est? M. Ayrault s'en « félicite », officiellement du moins. Une nouvelle loi contre les concentrations, c'est pour bientôt? France Télévisions est en panne de ressources? Aurélie Filippetti tempête: faites mieux avec moins, mais avec des producteurs privés – qui ne sont pas tous, loin s'en faut, de petites structures indépendantes et créatives. On en reparlera aussi.

On ne lâche rien: faites de même!

Le remarquable succès du film *Les Nouveaux Chiens de garde* mérite d'être conforté. C'est chose faite avec la parution, le 4 décembre, du DVD.

SE FAIRE PLAISIR ET FAIRE PLAISIR?

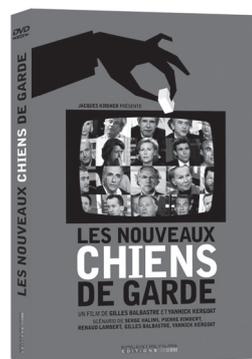
Optez pour un cadeau indispensable pour les prochaines fêtes de fin d'année ou sans les attendre.

CONSOMMER OU CONTESTER?

Ne dilapidez pas vos économies en achetant le DVD à la FNAC, sur Amazon ou sur PriceMinister. Soutenez la critique des médias (et donc l'association qui s'y consacre): les bénéficiaires contribueront à la développer et à financer de nouveaux projets:

COMMANDEZ LE DVD À ACRIMED!

(Bulletin de commande p. 35)



LE CHŒUR DES CHRONIQUEURS ÉCONOMIQUES DES ONDES

Entonné par quelques chroniqueurs semblables et interchangeableables, le sermon matinal à la gloire du marché ne connaît pas de frontières sur les ondes. Au sortir du lit ou encore sous la couette, à l'écoute de France Inter ou d'Europe 1, de RTL ou de RMC, dès qu'il est question d'économie, l'auditeur a toujours droit à la même sonnerie de réveil.

En décembre 1999, Serge Halimi rédigeait pour *Le Monde diplomatique* un article qui décrivait cette « Lancinante petite musique des chroniques économiques ». Les éditorialistes économiques de l'époque – Jean-Marc Sylvestre pour France Inter, Nicolas Beytout pour RTL ou Jacques Barraux pour Radio Classique – partageaient à peu près les mêmes opinions et vantaient de concert ou à tour de rôle (selon l'heure de diffusion) les atouts du marché et de la mondialisation. Depuis, beaucoup de choses ont changé. Vraiment ?

« LA FRANCE EST DROGUÉE À LA DÉPENSE PUBLIQUE »

Les radios se ressemblent... Les 14 et 15 novembre, les chroniqueurs économiques des radios généralistes se sont donné le mot après le discours très libéral de François Hollande: pour eux, c'est un premier pas, mais ce n'est pas assez! Ainsi, Christian Menanteau, sur RTL (le 15 novembre), revient sur l'annonce faite par le chef de l'État de réduire de 12 milliards d'euros par an les dépenses publiques pendant cinq années: « Ça peut vous paraître dérisoire, puisque ça ne fait qu'1 % de ces fameux 1 100 milliards de dépenses publiques annuelles. En réalité, c'est un Himalaya, tout simplement parce que la France est droguée à la dépense publique. Nous en sommes les champions d'Europe, et toute notre organisation économique et sociale est régie par le toujours plus. »

Plus aimable, Nicolas Doze, sur RMC (le 14 novembre), encourage le Président: « Moi, aujourd'hui, je lui mets 16/20, à François Hollande. » Alors qu'Axel de Tarlé, sur Europe 1, applaudit froidement: « On assiste au tournant social-libéral qu'on a connu en Europe du Nord. [...] Côté mesures, on reste sur notre faim. On ne sait pas comment on va baisser la dépense publique. Maintenant que ce virage social-libéral est pris, il faut lui donner de la puissance. Accélérer. » Mais Tarlé sait reconnaître la vraie valeur des choses, et il se rattrape dans *Le Journal du dimanche* (le 18 novembre): « Plutôt que de soutenir le consommateur et la demande, il faut soutenir les producteurs, c'est le socialisme de "l'offre" [sic]. Le virage "social-libéral" est pris, reste maintenant à prendre de la

vitesse. La tâche est historique: il faut sauver la France, l'euro, l'Europe. Bonne chance, monsieur le Président. » Même soutien sur France info, quelques semaines plus tôt, avec Emmanuel Cugny: « On a vraiment envie de dire ce matin au Premier ministre: allez-y, monsieur Ayrault, foncez, c'est maintenant ou jamais. » (le 6 novembre).

À entendre les petites allocutions matinales des chroniqueurs économiques, il est urgent de réduire massivement les dépenses publiques. Dominique Seux (le 22 novembre) explique que « si la croissance reste faible, et comme le bouton "Impôts" est enfoncé au maximum, c'est du côté des 1 200 milliards de dépenses qu'il faudra regarder. » On a compris.

« C'EST LA GRÈCE QUI NOUS ATTEND »

Les radios se ressemblent... et les matinées aussi. Le 20 novembre, les mêmes chroniqueurs s'émeuvent collectivement de la dégradation de la note de la France par l'agence Moody's. Les commentaires sont identiques, et les conclusions, interchangeableables. Pour Tarlé, sur Europe 1, la perte du triple A est « une sanction de vingt ans de dérives. [...] On comprend le message: la France doit maintenant agir, libérer son économie, c'est tout ce qu'on rabâche depuis des années sur la souplesse, le coût du travail. Maintenant, il faut y aller franchement, sinon c'est la Grèce qui nous attend. »

Sur France Inter, Seux ne dit pas autre chose: « La décision de Moody's va obliger la France à bouger, à s'adapter. Sont

pointées la perte de compétitivité de notre économie, les rigidités du marché du travail et des biens et services, la situation budgétaire et, c'est le plus important, notre incapacité à tenir nos promesses dans la durée, à nous réformer. » Et d'ajouter: « Le gouvernement commence à agir, Moody's le dit, mais, on le sait, on le dit, on voit bien que le **plan de compétitivité de la semaine dernière ne peut être qu'un début, pas une fin.** »

Et dans un langage moins châtié, Menanteau, sur RTL, se laisse aller: « si nous ne voulons pas descendre d'un étage supplémentaire – puisque nous sommes encore sous revue négative – il va falloir entrer dans le dur, être plus sérieux, accélérer les réformes et les compléter avec plus de rigueur. L'addition, dites-vous, est à venir. » Le ton est péremptoire, et les chroniqueurs l'affirment avec aplomb: le salut de la France ne viendra qu'avec plus de « compétitivité ». C'est Menanteau qui le dit: « la compétitivité, c'est la clé. Et les rigidités, aussi, du marché du travail. » (RTL, le 20 novembre)

Mais la compétitivité n'est pas la seule clé pour ouvrir la porte du paradis libéral. En effet, le chroniqueur de RTL suggère de s'attaquer au code du travail, car « il est devenu tellement complexe et éloigné des réalités économiques qu'il exclut de facto tous ceux qui veulent y entrer » (le 29 novembre). Pour lui, l'idéal est à chercher du côté des montagnes helvètes: « Le code du travail, c'est 3400 pages en mouvement perpétuel. En Suisse, où 250 000 Français travaillent – et, je crois, dans de bonnes conditions –, le code du travail fait 75 pages. » De là à dire que le paradis se trouve sur les sommets des Alpes...

Enfin, si l'Allemagne est toujours un inaccessible modèle, ils vouent aussi une admiration sans limites à Mario Monti et à ses méthodes: « Sa façon d'agir, explique Seux, est un modèle du genre, réformer sans asphyxier. Disparue l'image rigide qu'il avait quand il était commissaire à la Concurrence à Bruxelles. Mario Monti a lancé deux réformes clés: celle des retraites et celle du marché du travail. » (France Inter, le 27 novembre)



En bref et pour résumer la pensée matinale des journalistes économiques – il suffit de citer Menanteau, sur RTL –, « il y a des emplois non pourvus sur le marché du travail français. Il y a plusieurs verrous: la faible compétitivité globale de l'économie française, l'inefficacité de nos dépenses publiques, mais surtout, surtout, l'état de notre marché du travail, qui marche sur la tête. Nous avons le pire indice de flexibilité d'emploi des grands pays de l'OCDE » (29 novembre).

Dominique Seux, Axel de Tarlé, Christian Menanteau, Nicolas Doze et consorts ont le droit de penser ce qu'ils pensent, et même de le dire. Le problème – toujours le même –, c'est qu'ils pensent la même chose et qu'ils le disent un peu partout. Seux intervient dans *Les Échos* et sur France Inter, et les journalistes des *Échos* se retrouvent tous les matins sur Radio Classique. Tarlé, que l'on entend sur Europe 1, collabore aussi à d'autres médias de Lagardère (*Paris Match* et *Le Journal du dimanche*) et il anime également une émission sur France 5 (« C à dire?! »). Chroniqueur sur RMC, Doze est présent sur

BFM-TV et BFM-Business. Etc. Cette omniprésence de la pensée libérale laisse peu d'espace à des points de vue hétérodoxes, d'autant que les invités économiques des matinales demeurent toujours les mêmes (voir nos articles précédents à ce sujet, notamment le dernier en date, « Ces économistes qui monopolisent (toujours) les débats »).

Tous, éditorialistes appointés et experts cooptés, ont alors beau jeu de prôner la rigueur permanente et de vanter aux auditeurs les bienfaits de la saignée austéritaire qu'on leur inflige. Ils bénéficient du même type de privilège que les marchés financiers dont ils redoutent tant les oukases, et dont ils se font les porte-parole dévoués face aux peuples rétifs et aux gouvernements trop peu diligents à leur goût: une irresponsabilité à peu près totale! Quelles que soient leurs erreurs de jugement et d'analyse, sans cesse répétées – et, surtout, quelles que soient les conséquences sociales et politiques de leurs préconisations: anémie démocratique ou paupérisation généralisée en Europe –, ils continuent de jouir de la même immunité médiatique.

L'UNION (EUROPÉENNE) FAIT L'UNANIMITÉ

S'il est un sujet qui ne fait pas ou peu débat dans les médias, c'est bien celui du rôle et des transformations des institutions européennes. Qu'il s'agisse de la presse, de la radio ou de la télévision, l'Europe est avant tout l'objet des « experts » ou des éditorialistes, seuls à même de comprendre les arcanes de Bruxelles. Parmi eux, le consensus est entendu: il faut « plus d'Europe », et peu importe de quoi il retourne. Dès lors, toute critique ou proposition alternative est exclue. La campagne référendaire de 2005 autour du traité constitutionnel européen avait illustré jusqu'à la caricature cet unanimisme médiatique [1].

Huit ans plus tard, rien n'a changé: alors même que Bruxelles, avec le consentement des États membres, impose des coupes de plus en plus drastiques dans les budgets publics – une surenchère de rigueur critiquée jusqu'au sein du FMI –, les mêmes experts applaudissent inconditionnellement: « plus d'Europe » oblige... Intéressons-nous ici à deux cas d'école: celui du *Monde* et de *Libération*.

DEPUIS la crise grecque, Angela Merkel et Nicolas Sarkozy n'ont eu de cesse de le rappeler: pour « sauver l'euro », il faut se donner les moyens d'une politique de rigueur concertée. À cet effet, ils en appellent à plus d'« intégration budgétaire » et ont conçu un traité, le Pacte budgétaire, qui vise à instaurer un dispositif de contrôle et de sanction des budgets nationaux par les institutions européennes. Sans se prononcer sur le bien-fondé ou non de l'intégration européenne, on peut tout de même noter que la démarche des dirigeants européens est loin de faire l'unanimité parmi les économistes, dont certains critiquent les conséquences néfastes de l'austérité (récession, chômage...), l'absence de réponse vis-à-vis de lacunes structurelles de la zone euro (déséquilibres commerciaux), et formulent des propositions alternatives au plan européen. Or, pour les « spécialistes » du *Monde* et de *Libération*, ce débat n'a-t-il pas lieu d'être. Qu'il s'agisse de « sauver l'euro », d'approfondir la rigueur ou tout simplement au nom de la nécessité impérieuse de l'intégration européenne – quel que soit son contenu – ils s'accordent pour emboîter le pas aux projets des dirigeants européens.

LA CROISADE DU MONDE

À commencer par les éditorialistes du *Monde*. Le quotidien s'est engagé depuis fin 2011 dans une véritable campagne pour l'Europe de la rigueur budgétaire [2]. Applaudissant les conclusions du sommet européen du 9 décembre 2011, et l'accord sur le Pacte budgétaire, l'éditorial est sans nuance: « Il s'agissait, une fois de plus, de sauver l'euro. » Et de

marteler que « le sommet de Bruxelles a tracé les grandes lignes d'une meilleure gouvernance budgétaire de la zone euro. C'est bien. Ce n'est pas suffisant » (éditorial du 10 décembre 2011).

Lorsque François Hollande finit par adopter tel quel le traité, *Le Monde* jubile: « Le sauvetage de l'euro est en bonne voie » assure le journal (1^{er} octobre), qui s'enthousiasme pour « la lente transformation de la zone euro en véritable union monétaire. Évolution nécessaire et positive. [...] Il n'y a pas d'union monétaire sans union budgétaire, bancaire et sans solidarité financière » (10 octobre). Et même si cela présage, comme le notent certains économistes, d'un durcissement des politiques d'austérité: l'Europe le vaut bien.

Le quotidien ne se borne pas à faire la promotion de l'Europe voulue par les dirigeants européens. Il en défend le projet bec et ongles. En témoigne l'attaque frontale contre les Verts, qui ont eu l'outrecuidance d'appeler à s'opposer au traité budgétaire: « Les écologistes demandent à être traités en partenaire de coalition, ils se comportent en groupuscule irresponsable. [...] Les Verts formulent des exigences comme s'ils étaient une force de progrès soutenue par 10 % des électeurs. » Et *Le Monde* d'exiger le renvoi des ministres écologistes: « Au nom de la cohérence de son action et du respect des électeurs, c'est à François Hollande d'en tirer les conséquences: il doit mettre fin aux fonctions des deux ministres d'EELV, Cécile Duflot et Pascal Canfin. Ils reviendront si leur formation se transforme en parti de gouvernement. Un jour, peut-être. » (24 septembre).

Quelques mois auparavant, alors que les sondages indiquaient qu'ils pourraient élire une formation politique opposée aux plans de rigueur, ce sont les Grecs qu'un Érik Izraelewicz révolté menaçait de renvoyer: « *Il n'est pas admissible qu'un petit pays, par son refus des règles du jeu, puisse continuer à mettre en danger l'ensemble du continent. [...] Aux Grecs de choisir. En espérant qu'ils feront le bon choix. Sinon, l'Europe devra en tirer les conséquences. Sans état d'âme* » (22 mai).

Quant à Arnaud Leparmentier, il se charge de recadrer les socialistes français, qui avaient commis l'imprudence de se moquer des dirigeants européens en les comparant à des « Diafoirus européens », qui, tel ce médecin de Molière, préconisent des saignées au risque de tuer leur patient. « *On brocardait ces Diafoirus* », s'indigne l'éditorialiste du *Monde*, « *mais avaient-ils tellement tort?* » Certes, lorsqu'ils sévissent, explique-t-il, « *la purge s'accompagne d'une envolée du chômage et d'une épouvantable récession. C'est dur, très dur* »; mais « *il convient de continuer, assurent les médecins* ». Et pour se convaincre des « succès des médecins de Molière », il s'en remet tour à tour aux visions de Christine Lagarde (FMI), Jean-Claude Juncker (Eurogroupe), Wolfgang Schäuble (ministre des Finances allemand), Mario Draghi, Mario Monti. Et rend son propre diagnostic sur l'état du « patient français »: « *ses maladies ne sont pas imaginaires [...] elle doit à son tour accepter la purge de Molière* » (19 septembre). Parole de Diafoirus?

En fait c'est bien simple: le gouvernement français doit prendre exemple sur le gouvernement allemand, seul juge avec les marchés financiers de la pertinence des politiques économiques. Leparmentier s'improvise leur porte-voix: « *ils attendent de vraies réformes* » car « *l'homme malade de l'Europe, c'est la France* » explique-t-il dans un article intitulé « *Les bons conseils de Schröder à Hollande* » (1^{er} novembre).

LES COMBATS DE LIBÉRATION

Si les éditorialistes du *Monde* ne reculent devant rien pour défendre

l'Europe des dirigeants européens, *Libération* n'est pas en reste. Pour le quotidien autoproclamé « de gauche », l'impérieuse nécessité du « plus d'Europe » prévaut sur toute posture critique. Celle-ci relèverait nécessairement « *de la démagogie anti-bruxelloise qui a toujours caractérisé la vie politique française, avec un plus ou moins grand raffinement selon les partis* » selon les mots de Nicolas Demorand (*Libération*, 30 novembre 2011).

Aussi, le Pacte budgétaire négocié par Nicolas Sarkozy et Angela Merkel est-il aussitôt acclamé (le 6 décembre 2011): « *L'accord arraché hier soir entre Paris et Berlin contient quelques bonnes nouvelles.* » Parmi lesquelles on trouve le fait que « *la France a accepté davantage d'intégration budgétaire* », ou encore que la France a « *fait entendre à l'Allemagne que l'usage mécanique de la sanction ne pouvait tenir lieu de politique* ». À n'en pas douter, l'Europe est sur la bonne voie...

Peu importent les questions de fond; dans l'immédiat, l'important, c'est « plus d'Europe ». Pour le directeur de *Libération*, « *sont dérisoires, à ce stade, les querelles théologiques qui secouent le couple franco-allemand sur le rôle dévolu à la BCE [Banque centrale européenne] et aux formes de vertu à développer, à l'avenir, pour éviter que de nouvelles crises se déploient alors que personne n'a la moindre idée pour arrêter celle qui dévaste maintenant l'économie* ». Ces querelles sont-elles si dérisoires, puisqu'il s'agit de choix qui vont déterminer les termes de l'intégration budgétaire? Difficile de réunir les conditions du débat lorsque toute discussion de fond des décisions des dirigeants européens serait « dérisoire » – quand elle ne relèverait pas de la pure et simple « démagogie anti-bruxelloise »...

Mais si Nicolas Demorand n'a pas « la moindre idée » pour stopper cette crise,

serait-ce parce qu'il se contente des livres de Daniel Cohen (conseiller de la Banque Lazard et invité permanent des matinales de France Inter lorsque Demorand en était l'animateur)... ou des professions de foi de Jean Quatremer, correspondant de *Libération* à Bruxelles?

LE MONDE SELON QUATREMER

Dans le petit monde des spécialistes de l'Europe, Jean Quatremer est un cas à part. Correspondant de *Libération* à Bruxelles depuis les années 90, Quatremer a tout du spécialiste *embedded*, plongé jusqu'au cou dans le microcosme bruxellois – comme ces journalistes qui informaient sur la guerre en Irak en étant intégrés dans l'armée américaine. Au-delà de son rôle de correspondant, il est aussi un prescripteur d'opinion influent, et un apôtre fervent de la foi européenne.

Pour lui, le sens de l'histoire ne fait pas de doute et « *l'Europe imparfaite d'aujourd'hui est le fruit des résistances nationales qui ne capitulent que dans la crise et la douleur* » (blog « Les coulisses de Bruxelles », 30 septembre 2012). Et ceux qui ne souscrivent pas à cette dialectique implacable risquent fort de se voir cataloguer comme nationalistes ou europhobes. En fait, le monde selon Jean Quatremer semble se diviser en deux catégories: d'un côté les « Européens convaincus », de l'autre les nationalistes rétrogrades.

Au-delà de ses opinions personnelles sur l'intégration européenne, Jean Quatremer partage avec les éditorialistes du *Monde* une certaine sym-



pathie pour l'Allemagne – n'est-elle pas, actuellement, le moteur de l'Europe? –, sympathie qui n'a d'égal que la condescendance qu'il affiche vis-à-vis des « mauvais élèves » de l'Union européenne... dont la France. Dans un article paru le 11 novembre 2012 dans *Libération*, Quatremer se fait le porte-voix des « mots durs de Berlin sur les maux français » : « Il faut profondément réformer le marché du travail et couper dans des dépenses publiques que la France n'a plus les moyens de s'offrir ». C'est que, Outre-Rhin, on « s'inquiète », on « s'affole » voire on « panique » : « Le problème le plus sérieux de la zone euro en ce moment n'est plus la Grèce, l'Espagne ou l'Italie, mais la France », rapporte Quatremer citant un « sage » allemand. Motif? « La France a décidé d'augmenter la pression fiscale, au risque de dégrader davantage la compétitivité de ses entreprises ».

Que penser d'un article où les citations n'illustrent qu'un point de vue, en l'occurrence la critique d'un gouvernement français présenté comme laxiste et dépensier? Article factuel, ou article d'opinion? On trouvera des éléments de réponse à cette question dans un article publié dans *Libération* le 23 novembre, où Quatremer dénonce, cette fois-ci à titre personnel, « l'extravagante prodigalité de l'État » : « La France va mal, rares sont ceux qui le contestent. Pourtant, elle refuse encore d'admettre qu'elle n'a tout simplement plus les moyens de financer un système social aussi généreux. » Et de s'interroger : « Pourquoi la France compte-t-elle quasiment deux fois plus d'agents publics par habitant que l'Allemagne? »

QUATREMER ET LA GRÈCE

D'opinions, Quatremer n'en manque pas sur un de ses *punching-balls* favoris : la Grèce. En témoigne là encore un papier publié sur son

LES GRECS, ATROPHIÉS MENTAUX

« Les Grecs ne sont pas du tout rationnels. Ils ne raisonnent pas comme les Européens de l'Ouest. Nous n'avons pas connu la Renaissance. Notre histoire n'a pas forgé les consciences individuelles. Notre structure mentale est restée d'une certaine manière atrophiée, focalisée sur les problèmes du moment » (Stelios Ramfos, dans un entretien « passionnant » publié le 14 juin sur le blog de Quatremer).

Ces propos dénués de tout racisme, puisque formulés par un Grec (non atrophié), font étrangement écho aux propos de Quatremer, qui écrivait dans *Libération* du 29 octobre 2011 : « La Grèce moderne [...] n'a plus grand-chose en commun avec la Grèce antique : quatre siècles d'occupation ottomane sont passés par là. » La France moderne, épargnée par les Ottomans, peut encore espérer : elle a Jean Quatremer.

blog, dont le titre, court, en dit long : « Grèce : stupidité ». Écœuré par les manifestations organisées à l'occasion de la venue de la chancelière Merkel à Athènes, il explique brillamment que la « société grecque » ne doit ses malheurs qu'à elle-même : « Personne n'a imposé aux Grecs l'un des États les plus corrompus de la planète. Personne ne les a forcés à des dépenses militaires délirantes, à exonérer d'impôts clergé et armateurs, à laisser la majorité de la population frauder le fisc, à mentir pour se qualifier pour l'euro, à s'endetter jusqu'à plus soif, à laisser dériver les salaires, à ne pas profiter des bas taux d'intérêt de leur dette pour investir dans leur économie, etc., etc. »

Le peuple et les politiciens grecs sont ainsi mis indistinctement dans le même sac ; certes, les « Européens » ont fermé les yeux sur ces dérives, mais ils font désormais preuve d'une « solidarité » irréprochable (à grands coups de rigueur). Certes « les marchés ont brûlé ce qu'ils ont aimé », « mais les marchés sont comme ça ». La conclusion est donc sans appel : « les Grecs doivent payer l'addition » !

Pour Quatremer, les Grecs doivent être coupables, puisque par définition les institutions européennes sont irréprochables. À longueur d'articles, il s'efforce ainsi de montrer que « la crise grecque est culturelle », n'hésitant pas à publier des entretiens « passionnants » avec des intellectuels grecs aux propos parfois effarants pour

qui leur « structure mentale » est « atrophiée » (voir encadré)...

« L'Europe est la dernière idéologie licite » explique Bernd Ulrich dans *Die Zeit* du 22 octobre 2012. Il brocarde ces « europhoriques » qui veulent « le plus d'Europe possible le plus vite possible » et « font de l'Union européenne une vision du monde et la détournent en idéologie ». Il évoque Karl Popper, pour qui l'idéologie commence à partir du moment où toute alternative est écartée. Or que nous disent les « europhoriques », selon lui? « Pour pallier les faiblesses de l'UE, une seule solution, (beaucoup) plus d'UE ». Ces « europhoriques » évoquent irrésistiblement un certain nombre des « spécialistes » de l'Europe qui sévissent dans les médias. Dont ceux de *Libération* ou du *Monde*, lorsqu'ils nous expliquent que « plus d'Europe » s'impose comme un impératif catégorique, par principe, et qu'importe le contenu. Éditorialistes, ou idéologues? En tout cas relais efficaces d'une idéologie en surface pavée de bonnes intentions (contre les égoïsmes nationaux, contre la guerre, la corruption, etc.) mais qui, dans le détail, reprend avantageusement les grandes lignes d'une idéologie qui a désormais moins « bonne presse » : celle du libéralisme décomplexé.

[1] Voir le livre d'Acrimed, *Médias en campagne*, Syllepses, 2005.

[2] Voir sur notre site : « Le Monde note AAA le Pacte budgétaire de Sarkozy-Merkel ».

L'EXPÉRIENCE ÉDIFIANTE D'UNE PIGISTE SUR UN SITE PARTICIPATIF

Newsring est un site en apparence aussi attrayant esthétiquement que richement nourri par de nombreux articles sur tous les grands domaines de l'actualité. Néanmoins, au-delà de cette première impression, l'appréciation se gâte nettement... Les articles se résument à quelques paragraphes de reprise d'autres médias. Les questions censées amorcer les débats qui accompagnent chaque article sont pour la plupart faussement polémiques (« Éducation nationale : faut-il préciser que Rimbaud et Jules César couchaient avec des hommes? ») ou rabâchées au-delà du raisonnable (« Rolling Stones ou Beatles? »). Quant à l'omniprésence de sondages permettant d'arbitrer en temps réel chaque débat, elle prête franchement à sourire! Mais il est vrai que ce n'est pas avec quelques pigistes chichement payés « à la pièce » qu'on peut faire vivre un site d'information et de débat d'actualité digne de ce nom... Ni d'ailleurs connaître un franc succès, à en juger par l'audience enregistrée par les « Débats les plus animés du mois » : avec quelques dizaines de contributions et quelques centaines de votes, les débats ne semblent pas drainer un public excédant celui de blogs ou de forums à succès... mais avec de « gros poissons »!

Le témoignage d'Eurydice Vial que nous publions ici permet de constater que les logiques de fonctionnement et de production de l'information d'un média en ligne tel que le site Newsring, pour « participatif » qu'il soit, connaissent les mêmes contraintes et dérives que celles de ses homologues de la presse écrite, radio ou télédiffusée. Et notamment que les pigistes y sont en butte à la même précarité, à la même course à l'audience, au suivisme et au conformisme de leur hiérarchie.

TADDEÏ, PARRAIN, RECRUTEUR ET PRODUIT D'APPEL

Mai 2012, le compte Twitter de Frédéric Taddeï affiche ce tweet énigmatique : « Recherche de futur(e)s Taddeï ». Intriguée, je réponds, et Taddeï me demande alors de lui faire parvenir des idées de sujets et d'invités originaux pour des débats. Je me prête assez facilement au jeu qui est plutôt amusant. Après quelque temps, je reçois un nouveau message : il souhaite me rencontrer. Le rendez-vous a lieu, après maintes péripéties et oublis de sa part, dans les locaux de Newsring, rue de Rome.

Newsring, c'est un site de débats né en décembre 2011, en même temps qu'une flopée de sites d'information participative tels que *Le Plus du Nouvel Observateur* ou encore le *Huffington Post*. En d'autres termes, il s'agit de faire participer l'internaute, blogueur ou autre, pour réduire les coûts. La particularité de Newsring? Le site est parrainé par Frédéric Taddeï dont l'objectif est, selon le discours qu'il me tient, d'en faire l'équivalent en ligne de *Ce soir ou jamais*, à la seule différence que chacun pourrait s'y exprimer. Il me propose d'y lancer

des débats sur l'histoire, puisque telle est ma spécialité, tout en étant rémunérée. En tant que doctorante toujours en quête de petits boulots, c'est le genre de proposition qui ne se refuse pas.

Cependant, plusieurs éléments me posent question. Taddeï aime à dire qu'il ne regarde pas la télévision mais il semble aussi qu'il ne fréquente pas le web très souvent. Ainsi, je suis assez interloquée lorsque, au fil de la conversation, il m'explique que « de toute façon, le web penche toujours naturellement à gauche » et que c'est pour ça qu'il ne faut pas hésiter à laisser s'exprimer des gens d'extrême droite. Ma lecture des commentaires d'internautes sur divers sites de presse, terrains privilégiés des groupuscules extrémistes de tout poil, était loin de me laisser cette impression. Lorsque j'invoque cette objection, il réplique : « Non, il n'y a pas de danger sur Newsring parce qu'on est obligé de s'inscrire sous sa véritable identité par Twitter ou Facebook, tout ce qui est publié sur Newsring l'est aussi sur vos réseaux sociaux ». Dans ma tête, je me disais : « Comment te dire, Frédéric? Les faux comptes Twitter et Facebook sont légion... ».

Je rencontrai ensuite Julien Jacob, PDG de Newsring, qui m'expliqua le fonctionnement du site et m'annonça les tarifs : 500 euros les huit débats, comptabilisés comme des piges : « Ca n'est pas beaucoup mais c'est calculé pour que vous n'y passiez pas trop de temps, le but c'est que vous vous amusiez. Et puis, ça pourra être renégocié plus tard », me dit-il.

UN DIRECTEUR DE LA RÉDACTION SACHANT PRENDRE DES RISQUES

Julien Jacob quittait Newsring moins d'une semaine plus tard. En juin 2012, déjà, Chloé Leprince, rédactrice en chef, et Pierre-Antoine Souchard, son adjoint, avaient également quitté le navire. Rappelons que le premier rédacteur en chef, Philippe Couve, avait abandonné l'aventure seulement un mois après la création du site. Un site d'information qui perd deux rédacteurs en chef et son PDG en moins d'un an, ça ne sent pas très bon...

Ces départs consécutifs consacreront un nouveau Grand Chef, anciennement en charge de la rubrique politique, à la tête de la rédaction. Il devenait mon principal interlocuteur et j'appris très vite qu'avec lui, la donne avait changé.

Hors de question de faire dans le débat historique, il fallait ratisser large et surtout, mouiller sa chemise pour jouer les *community managers* [1]. Le but était clair: du flux et du clic au prix d'un racolage sans faille. Embarrassé par les récentes recrues de Taddei, le Chef n'hésita pas à nous téléphoner pour nous pousser à partir si nous ne voulions pas de ces nouvelles conditions, allant jusqu'à menacer certains d'entre nous de ne pas nous payer si nous persistions. En suivant ce nouvel objectif, il se conformait exactement aux directives de Webedia, principal actionnaire de Newsring aux côtés de Frédéric Taddei et Julien Jacob, propriétaire de *Pure People* et *Pure Media*.

Je persistai donc, tout en essayant de ne pas trop sacrifier au racolage. Le Chef et moi avions des visions tout à fait opposées. Il ne cessait de me parler d'attraper des « gros poissons » – entendre par là des personnalités médiatiques – pour insérer leur contribution dans les débats. La perspective d'envoyer un SMS à Luc Chatel et à Luc Ferry, un appel téléphonique à Tariq Ramadan, le mettait en transe alors que tout cela me laissait de marbre: une contribution originale et argumentée d'un universitaire méconnu me parlait bien plus que le énième ressassement d'un habitué des plateaux télé. Comme j'avais probablement tout de l'étudiante sérieuse prête à se laisser exploiter sans se plaindre, le Chef paria sur moi quitte à prendre des risques, ou du moins ce qu'il considérait comme tel. Je pus ainsi lancer le débat « Michel Onfray est-il vraiment libertaire? » qui, selon lui, lui aurait valu d'être grondé par le directeur général de Newsring s'il l'avait appris.

COUPS DE CISEAUX ET PÊCHE AUX « GROS POISSONS »

Le meilleur était à venir avec un autre débat que je voulais lancer à propos de *Libération*: « *Libé* est-il toujours de gauche? » qui, toujours selon le Chef, n'était pas pertinent parce que « *personne ne s'entend sur la définition de la gauche.* » Après bien des discussions, il fut finalement validé sous le titre « *Libé* a-t-il perdu son âme? », un débat que la rédaction

avait précédemment renoncé à lancer. Toutefois, s'il fut accepté cette fois, ce ne fut pas sans un profond remaniement de l'argumentaire que j'avais développé pour l'accompagner, ce que je ne découvris qu'une fois le débat en ligne.

Alors que je me plaignais par courriel de ne pas en avoir été informée et d'être associée à un texte que je ne cautionnais pas, le Chef me répondit: « *C'est pourtant ainsi qu'on travaille dans la presse, depuis toujours: il faut que vous sachiez que nous sommes responsables des écrits que vous publiez.* » Certes, mais dans la mesure où l'essentiel de l'argumentaire – comme tous ceux de Newsring en général – consistait en citations et liens vers des articles déjà publiés ailleurs qui n'avaient pas fait l'objet de poursuites, le risque était quasi inexistant. Autocensure? Certainement pas, me réplique le vaillant journaliste: « *Non, si vous me connaissiez, vous sauriez que je n'ai peur de personne.* » Diantre... Mais quelle raison alors?

L'un des principaux points de désaccord résidait dans le retrait d'un lien vers *Le Nouveau Jour J*, journal des étudiants nancéiens, qui donnait une critique de *DSK, Hollande, etc.*, de Pierre Carles. Cette référence l'avait rendu fou: « *ne pas parler de ce salaud de banquier de Rothschild, ça manquait dans votre petit procès de Moscou. La motion de défiance des salariés était plus convaincante. Ne citer qu'un admirateur de Pierre Carles, par contre, c'était décisif: Demorand, il était mort avec votre enquête.* » J'étais loin de soupçonner ce pouvoir à un petit groupe d'étudiants de l'université de Lorraine qui venait de découvrir le documentaire... [...] Un site se réclamant du parrainage de Frédéric Taddei, pouvait-il sérieusement continuer à ignorer une critique des médias de plus en plus connue du public après le succès des *Nouveaux Chiens de garde* et le passage de Yannick Kergoat sur le plateau de... *Ce soir ou jamais?* Cette interrogation ne reçut qu'une réponse ironique: « *On m'en parlait encore hier dans un bistrot de Nevers! Vous avez raison, c'est même devenu un argument électoral, feu sur la presse! On pourrait en parler des heures, et il n'y aurait pas que Libération au*

banc des accusés. Je vous propose - très sérieusement: "Les journalistes sont-ils des salauds?" Frédéric Taddei proposait: "Les journalistes sont-ils tous des cons?" Vous trouverez peu de gens pour les défendre. »

DÉBATTRE EN LIGNE OU DÉBATTRE DANS LE VIDE?

Nullement désireux de s'interroger sur les conditions, la teneur et les finalités du débat sur Newsring, le Chef est en revanche toujours à l'affût de nouveaux « gros poissons », ce à quoi il réduisait Kergoat: « *Si vous parvenez à nous l'amener pour contribuer à votre débat, j'ouvre le champagne! Je prends aussi Halimi, Lordon.* ». L'actualité n'est alors qu'un pourvoyeur de débats « canailles » pourvu que les huiles des médias ne soient pas trop égratignées. À côté de cela, quand je suggérai un débat sur le désintérêt médiatique pour les sans-papiers, on me proposait à la place: « Pour ou contre l'Aide médicale d'État » que je déclinai pour des raisons éthiques.

Aujourd'hui, Newsring poursuit sa quête de flux en rémunérant les pigistes au nombre de contributions, une offre généreuse à 10 euros la contribution que j'ai refusée. En d'autres termes, les pigistes sont réduits au rôle de rabatteurs de contributeurs, arpentant les divers forums du web, en quête de pourvoyeurs de contenu auxquels ils sont dans l'incapacité d'expliquer quel usage Newsring fera des données personnelles transmises lors de leur inscription sur le site. Autant dire que, contrairement à ce qu'en dit Taddei, le site n'est même pas l'ombre de *Ce soir ou jamais*, et ne saurait compenser sa réduction au format hebdomadaire. Et quelles que soient les raisons de sa participation à cette entreprise, est-il bien sérieux que Taddei utilise une notoriété entretenue sur le service public, pour fournir de la main-d'œuvre corvéable à merci à Newsring?

[1] Ou « gestionnaires de communauté ». Ces nouveaux métiers consistent à superviser la présence et l'image d'une marque ou d'une société sur Internet, en y diffusant du contenu et en assurant l'animation, l'encadrement et la modération de forums et de blogs plus ou moins dédiés (note d'Acrimed).

L'ALLIANCE DE GOOGLE AVEC LES ÉDITEURS

Le 11 juillet 2012, le Syndicat national de l'édition (SNE), après cinq ans de négociations, signait avec Google un accord-cadre dont les termes sont tenus secrets mais dont tout laisse à penser qu'il est très avantageux pour les deux signataires. Et qu'il l'est beaucoup moins pour les auteurs et les bibliothèques (c'est-à-dire, entre autres, les lecteurs les moins fortunés). Le 4 octobre 2012, cinq membres éminents de l'Association of American Publishers (AAP) signaient à leur tour, après sept ans de négociations, un accord avec Google, également secret, mais dont le peu que nous en savons indique qu'il s'inspire largement de l'accord passé en France. Avec les mêmes probables effets – ou quand les gros font des affaires sur le dos des petits...

UN MARCHÉ DU LIVRE NUMÉRIQUE EN COURS DE CONSTITUTION

Depuis quelques années, le marché du livre numérique a décollé et il est en pleine progression: 15 % des ventes aux États-Unis, 10 % en Grande Bretagne. Même s'il est embryonnaire (entre 1 et 2 %) dans d'autres pays comme la France, l'Allemagne et le Japon, on le considère généralement comme prometteur, et en tout cas, les acteurs se comportent comme s'il l'était. Ce marché est par ailleurs soutenu par la multiplication des outils de lecture: ordinateurs, liseuses, smart phones, tablettes, etc. La spécificité du marché du livre électronique par rapport à celui du livre classique provoque un repositionnement des divers acteurs qui y sont intéressés. Cette spécificité tient en particulier au rôle central que jouera certainement la distribution dans le nouveau modèle économique en gestation; et, si les tentatives d'autres acteurs ne l'en empêchent pas, il est fort probable que Google en sera le principal bénéficiaire.

Dans le schéma classique de ce qu'il est convenu d'appeler « la chaîne du livre », la répartition du prix de vente se décompose grosso modo de la manière suivante: 10 % pour l'auteur, 20 % pour l'éditeur, 15 % pour l'imprimeur, 8 % pour le diffuseur, 12 % pour le distributeur, et enfin 35 % pour le libraire. Notons que de nombreux gros éditeurs sont aussi leurs propres diffuseurs et distributeurs, ce qui leur permet de capter une part plus importante du revenu, et que les auteurs de best-sellers sont en position de demander beaucoup plus que 10 %. Dans l'économie du livre numérique dont la modélisation est encore très incertaine, certains acteurs de la chaîne classique sont clairement voués à disparaître (même s'ils demeurent, heureusement pour eux, dans le circuit du livre « papier »): l'imprimeur, le distributeur et le diffuseur. Les libraires, sous leur forme actuelle, déjà très fragile, ont

un avenir incertain sauf à s'associer comme l'ont fait 600 libraires allemands autour de la plateforme Libreka. Même les éditeurs, qui dominent l'édition classique, voient leur position menacée par les stratégies d'autoédition de certains auteurs, les sociétés d'édition en ligne, et surtout les distributeurs sur le net. Ces derniers, les géants du Web tels Google, Apple ou Amazon, sont à la fois producteurs de matériels (Kindle, Ipad, Nexus), fournisseurs d'accès et libraires, comme Amazon, la librairie Ibook Store d'Apple, ou Google Play, la librairie de Google, active en France depuis juillet 2012.

C'est dans ce contexte que le 11 juillet dernier, le SNE a signé un accord avec Google, suivi trois mois après, le 4 octobre, par cinq gros éditeurs de l'AAP. Ces deux accords mettent fin des deux côtés de l'Atlantique à une longue période de procès et de négociations entre Google et les éditeurs des deux pays.

GOOGLE NUMÉRISÉ

Dans un premier temps, Google a complètement ignoré les éditeurs et les auteurs, grands ou petits. Quand le moteur de recherche a entrepris, en novembre 2004, de numériser l'ensemble des livres du monde, il n'a demandé l'avis de personne. Pour ce faire, il a signé des accords avec les grandes bibliothèques américaines, puis avec de nombreuses autres bibliothèques d'autres pays, qui ont fourni les livres à numériser en échange d'une copie numérique de chacun d'entre eux. C'est ainsi que Google a numérisé à tour de bras et sans se soucier de savoir si les livres soumis à son scannage intensif étaient protégés ou non par des droits d'auteur. Il fallait aller vite pour distancer la concurrence (Microsoft a abandonné la lutte en 2008, après avoir numérisé 300 000 ouvrages). En 2012, Google a ainsi scanné plus de 20 millions de titres sur un patrimoine mondial qu'il évalue à 130 millions.

Quand les droits d'auteur deviennent les droits des éditeurs...

La grande majorité des livres numérisés par Google sont des livres dits « épuisés », c'est-à-dire des livres que les éditeurs ont cessé de commercialiser parce qu'ils n'étaient plus rentables, sans que les auteurs puissent s'y opposer. Dans ce cas, la loi et le bon sens veulent que les droits d'exploitation reviennent entièrement à l'auteur, puisque l'éditeur n'en fait plus rien.

En outre, les contrats d'édition entre un auteur et son éditeur antérieurs à l'apparition d'Internet ne prévoyaient évidemment rien sur l'édition numérique du livre – ce qui est le cas, encore une fois, de la grande majorité des livres numérisés par Google. Ils contenaient parfois une clause générale portant sur d'éventuels autres supports, mais cette clause n'est pas reconnue pour l'édition numérique. Certains éditeurs ont proposé à leurs auteurs un avenant au contrat d'édition ou un contrat spécifique pour l'édition numérique. Dans ce cas, c'est le contrat qui s'applique. Mais en son absence, les droits reviennent normalement entièrement à l'auteur.

Or, la loi du 1^{er} mars 2012 en dispose tout autrement puisque, passé un délai de six mois pendant lesquels une demande de retrait est possible de la part de l'auteur ou de l'éditeur détenteur des droits de reproduction, elle confie tout bonnement à l'éditeur de l'édition papier l'édition numérique du livre.

Pour ce qui concerne les livres « orphelins », ceux dont on ne retrouve ni l'auteur ni l'éditeur, et qui sont les plus nombreux parmi les livres épuisés, il est certainement difficile d'attendre l'accord des ayants droit avant de les numériser. Pour autant, ce n'est pas une raison pour les confier à n'importe qui, comme le stipule la loi du 1^{er} mars, après un délai de rigueur. N'importe qui, cela signifie éventuellement : Google.

GOOGLE A DES PROBLÈMES

Évidemment, les réactions ne se sont pas fait attendre. Ce sont d'abord les associations d'éditeurs et d'auteurs américains qui ont engagé des procédures judiciaires fin 2005, puis les éditeurs et auteurs français : La Martinière-Le Seuil en juin 2006, rejoint peu après par le SNE et la Société des gens de lettres (SGDL, qui représente les auteurs), Gallimard, Flammarion et Albin Michel en mai 2011. Objets de ces procès : violation des droits patrimoniaux pour numérisation des livres sans autorisation des ayants droit, et contrefaçon pour publication d'extraits de livres sans autorisation des mêmes ayants droit.

Parmi ces procès, un seul, pour l'instant, a abouti à un jugement : en décembre 2009, les éditions La Martinière-Le Seuil, le SNE et la SGDL gagnent contre Google qui est conduit à abandonner l'*opt-out* dans ses rapports avec les ayants droit français – c'est-à-dire qu'il est désormais obligé de demander l'autorisation préalable des ayants droit avant de numériser leurs livres. De plus, Google doit indemniser La Martinière-Le Seuil pour les numérisations abusives passées. Alors que l'éditeur demandait 15 millions d'euros, il n'en obtint du juge que 300 000.

La même année, aux États-Unis, c'est au contraire à un accord que parviennent Google, les éditeurs et les auteurs américains : le règlement Google-Livres (*Google Books Settlement*). Cet accord signait la volte-face des éditeurs, encore accompagnés par les auteurs. En effet, il entérinait l'*opt-out* en faveur de Google tout en accordant aux éditeurs et aux auteurs une part appréciable (67 %) de la vente des livres numériques. Seulement, cet accord entre les parties s'inscrivant dans le cadre d'une *class action* (action en nom

collectif), il devait être ratifié par un juge. Ce qui ne fut pas le cas, le juge Denny Chin de New York rejetant le règlement Google-Livres en 2011 au motif principal qu'il était trop avantageux pour Google.

TOUT S'ARRANGE ENTRE GOOGLE ET LES ÉDITEURS, SUR LE DOS DES AUTEURS

À la suite de ces deux déconvenues, le moteur de recherche se trouvait dans une situation passablement inconfortable sur le plan juridique. Pour autant, en 2009, les gros éditeurs avaient compris, d'une part, l'importance du marché des livres numériques, et d'autre part, que Google était devenu un partenaire commercial incontournable. Les négociations ont alors repris pour aboutir aux accords du 11 juillet et du 4 octobre 2012. Avec, pour ce que l'on en sait (les accords étant secrets, on ne peut en savoir que ce que veulent bien en dire les signataires), des résultats très comparables dans les deux pays.

Aux États-Unis, après le rejet du règlement Google-Livres par le juge Denny Chin, Google a poursuivi les négociations avec les auteurs et les éditeurs, mais séparément. Un accord a été conclu avec les éditeurs, ou plus exactement avec cinq des plus gros éditeurs, ce qui évite les désagréments de la *class action* – et notamment, la ratification par le juge et la publication de l'accord. Par contre, aucun accord n'a eu lieu avec les auteurs qui s'inscrivent toujours dans le cadre juridique de la *class action*. On peut supposer sans grand risque de se tromper que l'accord du 4 octobre est très favorable aux éditeurs. De plus, il entérine le principe de l'*opt-out*, même si, pour ce que l'on en sait, il laisse de côté la question des livres « orphelins » (sans ayants droit identifiés ou localisés).

En France, le processus fut plus sinueux. Après le procès gagné par le groupe La Martinière-Le Seuil, Hachette a initié la série d'accords passés ensuite par les éditeurs et leur syndicat avec Google. Le procès La Martinière interdisant l'*opt-out* à Google, les éditeurs associés au ministère de la Culture et à la Bibliothèque nationale de France ont fait voter une loi qui permet de contourner cette interdiction: la loi sur les livres indisponibles du ^{xx}e siècle du 1^{er} mars 2012. Cette loi, combinée avec l'accord Google-éditeurs, donne à Google la possibilité de l'*opt-out*, et même, suprême victoire, d'accaparer les « orphelins ». De son côté, la SGDL, qui représente de nombreux auteurs, a signé avec Google un accord séparé dont on ne sait pas grand-chose, sinon qu'il ne gêne en rien celui que les éditeurs ont conclu. Notons en passant que Google, dont la puissance financière est plus de dix fois supérieure à celle des éditeurs, s'est engagé à subventionner certaines opérations du SNE et de la SGDL. On voit ainsi, dans les deux pays, les éditeurs les plus importants s'asseoir sur les droits d'auteur en adoptant l'*opt-out*, et sur les auteurs eux-mêmes en les écartant des négociations. Ce qui ne manque pas d'une certaine cohérence dans le mépris.

ET LES BIBLIOTHÈQUES ?

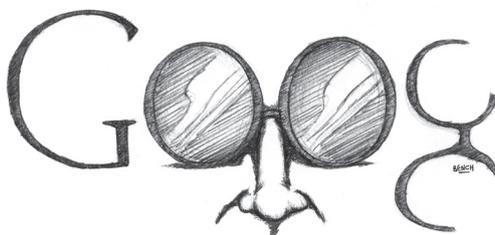
Quant aux bibliothèques, qui ont tout de même fourni à Google la quasi-totalité des livres à numériser, elles ne sont ni partie prenante, ni même prises en compte dans les négociations. Le premier accord américain, rejeté par le juge Chin, accordait aux bibliothèques un poste de consultation gratuite par établissement, les postes supplémentaires faisant l'objet de licences dont le prix était à la discrétion de Google. Par contre, les derniers accords Google-éditeurs, en France comme aux États-Unis, semblent les avoir ignorées. La loi du 1^{er} mars 2012 leur donne uniquement le droit de communiquer, à leurs seuls inscrits, les livres orphelins qui sont dans leur fonds, à l'issue d'une période de dix ans après leur première exploitation, et sans qu'elles puissent en tirer un quelconque avantage commercial. On peut difficilement être plus restrictif dans l'attribution d'un droit. Une circulaire européenne en cours d'adoption prévoit des droits beaucoup plus larges pour

les bibliothèques, mais elle ne sera pas applicable en France.

On aurait pu imaginer que les « orphelins » tombent dans le domaine public après une recherche sérieuse des ayants droit, et soient ainsi accessibles à tout un chacun gratuitement; ce qui n'empêcherait pas leur commercialisation parallèle, comme cela se passe pour les autres livres du domaine public que l'on peut lire gratuitement sur Internet, ou en bibliothèque, par exemple, mais que l'on peut aussi acheter en librairie.

TOUT N'EST PAS JOUÉ

Les auteurs américains sont toujours en procès avec Google. La Authors Guild réclame 750 dollars par livre numérisé par Google sans autorisation. Ce qui représente des milliards de dollars. Pour sa part, Google conteste la représentativité de la Authors Guild, et par là, sa qualité à tenter une action en nom collectif. Le 31 mai 2012, la Authors Guild se voit confirmer son droit de représentation des auteurs par le juge Chin, mais le 15 août 2012, deux juges de New York autorisent Google à faire appel de cette décision. Si la cour d'appel tranche en faveur de Google, l'action en nom collectif tombera et il reviendra à chaque auteur qui le désire (et qui en a les moyens!) d'attaquer individuellement Google. Ce qui serait une catastrophe pour les auteurs. Du coup, les auteurs ont attaqué la décision qui autorise Google à contester la représentativité de la Authors Guild. À suivre.



Parmi les auteurs français dont le syndicat, la SGDL, a une attitude au moins ambiguë, les plus mécontents se sont regroupés dans un collectif très actif, « Le droit du serf », qui conteste vivement la loi sur les indisponibles du ^{xx}e siècle, fait circuler une pétition pour son abrogation et s'apprête à

déposer une QPC (question prioritaire de constitutionnalité) dès la parution des décrets d'application. Décrets qui sont curieusement en retard sur le calendrier. Une coopérative d'auteurs a créé un site (www.indisponibles.fr) qui accueille les auteurs désireux de publier eux-mêmes leurs livres numériques. Par ailleurs, les discussions entre les auteurs (représentés par le Conseil permanent des écrivains) et les éditeurs sur les droits afférents aux livres numériques sont très vives et n'ont toujours pas abouti.

Les associations de bibliothécaires et de documentalistes ne semblent pas, pour l'instant, très mobilisées sur cette question, ni aux États-Unis (à notre connaissance), ni en France, à l'exception occasionnelle de l'Interassociation Archives, Bibliothèques, Documentation (IABD) qui est intervenue sans succès pour une modification de la loi sur les indisponibles du ^{xx}e siècle. Par contre, parmi les analyses critiques dont nous nous sommes largement inspirés, les bibliothécaires et documentalistes sont fort bien représentés par Michèle Battisti (paralipomenes.net/wordpress) et surtout Lionel Morel, alias Calimaq (scinfolex.wordpress.com).

Par ailleurs, des projets concurrents à celui de Google, que nous ne développerons pas ici, sont en cours depuis longtemps comme Gallica en France, ou plus récemment Europeana en Europe ou AthiTrust aux États-Unis. Et demain, sans doute, le projet ambitieux initié par Robert Darnton, historien du livre et directeur de la bibliothèque de Harvard (17 millions d'ouvrages): la Digital Public Library of America (DPLA). Ce projet, auquel travaillent une centaine d'universitaires, bibliothécaires et informaticiens, financé par des fondations américaines, est au projet de Google ce qu'une bibliothèque est à une librairie. Sans but lucratif, publique et gratuite, la DPLA a pour objectif de rassembler tous les livres, disponibles et épuisés, à l'exception des plus récents, et de les proposer au public le plus large possible. La DPLA sera officiellement en ligne le 13 avril 2013 avec 2 millions de livres pour commencer. Pour commencer...

GRAZIA : BONS CONSEILS ET BIDOUILLAGES

Le magazine féminin *Grazia* s'est récemment distingué en publiant sur son site, à quelques semaines d'intervalles, deux articles s'adressant aux femmes enceintes, dont le contenu parfaitement contradictoire ferait sourire si ce n'était pas la santé de ces femmes ou de celle de leurs enfants qui étaient en jeu... Avant de procéder à quelques bidouillages honteux et piteux.

LE 30 NOVEMBRE 2012, *Grazia* met en ligne sur son site un article dont les premières lignes, sous forme de témoignage, donnent le ton : « *J'étais enceinte de six mois quand j'ai compris que quelque chose clochait [...] Mon fils est mort de faim dans mon ventre. Et c'est ma faute: même enceinte, je voulais garder ma ligne à tout prix* ». Et l'article de convoquer divers témoignages relatant les dangers de cette obsession de la minceur, dont celui d'une « *psychologue spécialisée dans les troubles alimentaires, qui tient "le star-system et la société hyperféminisée pour responsables"* ». *Grazia* associerait-il sa voix aux nombreux féministes et médecins dénonçant la « dictature de la maigreur » ? À première vue, oui. Mais seulement à première vue...

Un mois plus tôt, le même magazine avait en effet publié sur son site un article un peu différent, classé il est vrai dans la rubrique « Beauté » et non « Société », comme le précédent. Son titre ? « *Pourquoi faut-il garder la ligne pendant la grossesse* ». « *Garder la ligne* » : la même expression que celle employée par la jeune femme du premier article, qui a tragiquement perdu son enfant. Poursuivons la lecture : « *Si Heidi Klum et Adriana Lima exhibent une silhouette parfaitement harmonieuse durant leur grossesse et affichent un corps de rêve peu de temps après l'accouchement, pour le commun des mortelles c'est un exercice un peu plus délicat.* » Et *Grazia* de donner de bons conseils à celles qui rêvent de « garder la ligne »... Maladresse ? Cynisme ? Incompétence ? À moins que l'article sur les dégâts occasionnés par l'obsession de la minceur ne soit un tardif contrepoint apporté à l'article donnant des conseils minceur ? Mais si tel était le cas, pourquoi ne pas admettre explicitement l'erreur ?

« *Le star-system et la société hyperféminisée* » ne sont pas les seuls responsables de l'imposition de normes et de comportements assignant aux femmes des fonctions sociales rétrogrades, quand elles ne mettent pas leur santé en danger : les « magazines féminins » comme *Grazia* jouent eux aussi un rôle dans la diffusion de ces normes, quitte à flirter tragiquement avec l'absurde en reconnaissant, sans le vouloir, la dangerosité de certaines d'entre elles. Après tout, les temps sont durs, et il faut bien vendre.

Après la publication sur notre site, des lignes qui précèdent, le magazine *Grazia*, pris en flagrant délit de contradiction, a d'abord supprimé l'article incriminé, avant de le remplacer par un autre, doté d'un nouveau titre :



« *Pourquoi faut-il surveiller son poids pendant la grossesse ?* » au lieu de « *garder la ligne* »... Et de donner la raison suivante : « *Une polémique née sur Twitter et relayée ici et là nous a rappelé un principe: le lecteur s'arrête souvent au titre de son article pour arrêter son jugement. Et nous avons rectifié cet intitulé qui manifestement a été mal compris.* » Ainsi « le lecteur »

est si distrait (ou stupide) qu'il a « mal compris ». Il faut donc lui expliquer :

Car depuis le week-end dernier, l'on nous reproche de faire preuve de schizophrénie, de manier la contradiction avec cynisme. [...] Il a suffi que ces deux sujets se télescopent sur Grazia.fr pour que d'aucuns y voient l'intrinsèque preuve d'une légèreté réputée féminine. Bref, nous étions prises en faute, notre duplicité était établie, nous nous faisons les prêtresses anti-anorexie en novembre, après avoir donné de pervers conseils de beauté aux femmes enceintes en les enjoignant de garder la ligne en septembre. Tel n'était pas évidemment notre propos. De quoi s'agissait-il en septembre ? Nous évoquions une étude scientifique irlandaise sur les dangers de la prise de poids excessive durant la grossesse. [...] Notre titre était certes maladroit, mais la lecture de l'article permettait aisément de lever l'ambiguïté...

Peu importe si « *ici ou là* » personne n'a invoqué une « *légèreté réputée féminine* » : le pseudo-féminisme de l'allusion devrait permettre de confondre la « *légèreté* » des lecteurs. Mais surtout, contrairement à ce que laisse entendre *Grazia*, l'article « *republié* » a subi quelques modifications. Le passage sur la « *silhouette parfaitement harmonieuse* » et le « *corps de rêve* » de Heidi Klum et Adriana Lima, et quelques autres, ont « *mystérieusement* » disparu. Il faut dire qu'ils ne permettaient guère de « *lever l'ambiguïté* », bien au contraire...

Ce ridicule bidouillage consistant à expurger un article et à en changer le titre pour démontrer que l'on ne s'est pas trompé, et que les critiques ont été, au mieux, superficielles et, au pire, malhonnêtes, ne redore pas le blason de *Grazia*. Est-ce trop demander qu'une rédaction puisse reconnaître une erreur, voire présenter des excuses ?

ASPHYXIER FRANCE TÉLÉVISIONS ?

« Pour des raisons juridiques et financières, il paraît difficilement envisageable de revenir sur la privatisation de TF1 et sur la durée de la concession qui lui a été octroyée », nous déclarait Aurélie Filippetti, alors porte-parole du candidat François Hollande. Il n'était pas question non plus de revenir sur l'attribution des fréquences de la TNT. C'était mutiler d'emblée toute refondation d'un service public de l'audiovisuel. Pourtant, plusieurs engagements étaient pris. D'abord, « la mise en place d'un modèle de financement stable et qui garantisse l'indépendance des groupes publics ». Ensuite, « une clarification durable du périmètre, de l'organisation et de l'identité des différentes composantes de l'audiovisuel public ». Cette clarification, nous disait-on, pourrait se traduire, après concertation et débats parlementaires, par trois décisions: « la création d'une chaîne jeunesse sans publicité sur le canal de France 4 (enfants et ados en journée, jeunes adultes en soirée) », la « création d'un portail "information" alimenté par l'ensemble des opérateurs publics », « la remise à plat du système de l'AEF pour sécuriser RFI et TV5 monde et réfléchir à l'avenir de France 24 ». C'était peu. Mais où en sommes-nous ?

I. DIMINUER LES RESSOURCES ET LES EFFECTIFS ?

Le redressement créatif de France Télévisions, ce n'est pas pour maintenant. Comment cela serait-il possible quand on commence par raréfier les ressources et par tailler dans les effectifs ?

Crise financière

France Télévisions est structurellement une entreprise sous-financée. À l'instar de tous les secteurs publics, l'audiovisuel a subi en France, depuis plusieurs décennies, tous les effets nocifs du libéralisme économique et du désengagement de l'État. Aujourd'hui, à population comparable, la redevance est l'une des plus faibles d'Europe. Mais la crise s'est surtout accélérée après la décision de Nicolas Sarkozy, inspirée par Alain Minc, de supprimer la publicité après 20 heures sur France Télévisions. Une idée pernicieuse, présentée comme une manière de recentrer France Télévisions sur ses missions et des exigences de qualité... tout en l'asphyxiant ! Supprimer la publicité ? Nous y sommes favorables, mais pas à n'importe quelles conditions. En l'absence d'un réel financement de compensation, l'opération de 2008 ne pouvait avoir qu'un seul objectif : fragiliser la télévision publique au profit des groupes privés [1].

Depuis cet électrochoc, le financement de la télévision publique provient de trois sources :

- La redevance : c'est la ressource historique et la plus fiable parce qu'elle est intégralement affectée.

- La publicité avant 20 heures : c'est une ressource qui fluctue en fonction de l'état de ce marché, des audiences et du dumping des concurrents sur ces tranches horaires.
- La partie issue du budget et des taxes : c'est la ressource la plus fragile. Le budget est soumis aux économies et les taxes sur les télécoms et les nouvelles recettes publicitaires du privé sont contestées.

Le Contrat d'objectifs et de moyens (COM) [2] signé avec le précédent gouvernement pour la période 2011-2015 prévoyait une hausse garantie de la ressource publique de 2,2 % par an. L'encre du contrat n'était pas encore sèche que le gouvernement Fillon a réduit la dotation de 27 millions d'euros. En outre, le budget 2012 avait été bâti sur une prévision de recette publicitaire de 425 millions d'euros dénoncée dès le départ comme trop optimiste. À l'arrivée, les recettes de la pub avant 20 heures seront inférieures de 90 millions d'euros par rapport aux prévisions ! France Télévisions va donc finir l'année 2012 avec un déficit supérieur à 100 millions d'euros. Une telle crise financière est d'ores et déjà historique.

Or que fait le gouvernement de Jean-Marc Ayrault ? Au lieu de donner de l'oxygène, il serre la vis et réduit la dotation budgétaire de France Télévisions. L'Assemblée nationale vient d'augmenter la redevance de 6 euros : elle passe donc à 131 euros. Mais, calculée en euros constants (c'est-à-dire en tenant compte de la hausse des prix à la consommation),

elle n'atteint pas son niveau de 1999. Et pas question d'adopter d'autres propositions, comme l'élargissement de l'assiette avec une demi-redevance pour les résidences secondaires (proposition de certains députés socialistes) ou augmentation de 17 € étalée sur quatre ans (SCAM), ou encore une augmentation nette mais progressive d'une redevance rendue proportionnelle aux revenus (telles que nous la défendons).

Avec des prévisions publicitaires également en recul, le chiffre d'affaires de France Télévisions pourrait baisser en tout de 5 à 7 % et de 150 à 200 millions d'euros en 2013! Plus grave encore: la taxe de 0,9 % sur le chiffre d'affaires des opérateurs privés des télécoms (SFR, Orange, Free et Bouygues Télécom) mise en place par Nicolas Sarkozy pour compenser partiellement la fin de la pub après 20 heures pourrait être retoquée par Bruxelles à la suite de la plainte des opérateurs et l'État français être condamné dès le printemps 2013 à leur rembourser 1,3 milliard d'euros! Bercy aurait provisionné cette somme mais refuse de dire si France Télévisions continuera à percevoir les 250 millions d'euros annuels que cette taxe lui rapportait. Au total ce ne sont pas 200 millions, mais au moins 450 millions d'euros qui pourraient manquer dans les caisses de France Télévisions!

Et comme toujours en pareil cas on commence par réduire les effectifs...

Plan social

Patrice Papet, directeur des Ressources humaines de France Télévisions l'a avoué lui-même lors d'un comité central d'entreprise: « *De fait, nous sommes déjà en plan social à France Télévisions* »... Ce plan social silencieux est celui qui touche les milliers de précaires qui ne travaillent plus sans avoir reçu de lettre de licenciement. Certains de ces journalistes ou techniciens ont parfois cumulé des centaines de contrats sur plus d'une décennie. France Télévisions étant quasiment leur seul employeur, ils se retrouvent, du jour au lendemain, sans emploi et sans la moindre indemnité!

Les différentes antennes de France Télévisions (France 2, France 3, France 4,

France 5 et France Ô) emploient environ 10400 équivalents temps pleins (ETP), parmi lesquels 8400 permanents et 2000 non-permanents (dont 450 journalistes). Mais l'arithmétique ne rend pas compte de la réalité humaine. Si les non-permanents représentent près de 20 % des effectifs de l'entreprise, il faut savoir qu'un ETP est le plus souvent morcelé entre 3 ou 4 salariés en CDD. De fait il y a près de 7500 salariés occasionnels à France Télévisions... et ce sont les premières victimes du plan de restructuration en cours.

Le COM signé par France Télévisions avec le précédent gouvernement prévoyait déjà la suppression d'au moins 500 emplois d'ici à 2015, principalement par des départs à la retraite non remplacés. De fait, il y a bien eu de nombreux départs volontaires mais, dans le même temps, des recrutements sur des secteurs en développement tel le numérique et une réorganisation mal maîtrisée ont paradoxalement conduit à une légère augmentation de la masse salariale de 2,74 % entre 2011 et 2012. Depuis, la situation économique de France Télévisions s'est tellement aggravée que l'inquiétude est maximale et il est très difficile de dire aujourd'hui combien d'emplois seront supprimés au final.

Pourtant, tailler dans les effectifs ne suffira pas. Un nouveau COM est en négociation et tout laisse penser, comme l'a dit le PDG Rémy Pflimlin lors de son audition devant le Sénat, le 24 octobre dernier, que France Télévisions va être confrontée au « *plus grand plan d'économie* » de son

LES TÉLÉVISIONS PUBLIQUES EUROPÉENNES (EN 2012)

Redevance

Allemagne: 219 €
Royaume Uni: 180 €
France: 125 €*
*80 en outre-mer

Chiffre d'affaires

Allemagne: 7,3 milliards
Royaume Uni: 4,4 milliards
France: 3 milliards d'euros*
*Et bientôt 2,8 milliards en 2013!

Salariés

Allemagne: 6 000
Royaume Uni: 19 400
France: 10 400

Volume d'heures de fictions (séries et téléfilms*)

Allemagne: 1 730 heures
Royaume Uni: 1 533 heures
Espagne: 932 heures
Italie: 740 heures
France: 578 heures
*Source: Eurofictions, chiffres de 2004)

histoire. Premières mesures annoncées au moment où nous écrivons: une coupe de 30 millions d'euros dans le financement des programmes de France 2 et une politique de rediffusions systématiques après « Soir 3 ».

Comment songer un seul instant que ces économies sont compatibles avec le développement d'une télévision de service public? Et ce n'est pas tout...

[1] Qu'on n'aille pas croire qu'il s'agissait de critiquer la publicité pour elle-même: interdite le soir, la publicité, contrairement aux pays scandinaves, est autorisée dans les programmes réservés aux enfants.

[2] Les « Contrats d'objectifs et de moyens » sont des contrats pluriannuels conclus entre l'État et les entreprises publiques. Ils portent sur les engagements budgétaires et stratégiques pris par ces organismes, en contrepartie des engagements pris par l'État en matière de ressources.

Secteur public n'est pas synonyme de service public. Or aucun service public de l'information et de la culture ne peut exister quand, soumis à la concurrence des chaînes privées, il n'est pas en mesure de garantir le pluralisme de l'information et la diversité des goûts. C'est le cas, cela s'aggrave, et le gouvernement est pratiquement aux abonnés absents.

II. RÉDUIRE LE PÉRIMÈTRE ET AMAIGRIR LES PROGRAMMES ?

Périmètre réduit ?

L'arrivée de la Télévision numérique terrestre (TNT) a été l'occasion de multiplier les canaux et de faire des cadeaux aux groupes privés alors qu'on a interdit tout projet nouveau à France Télévisions (sports, enfants, régions, rediffusions...). Avec les premières attributions et les six nouvelles qui démarrent en décembre, ce sont en tout 25 chaînes gratuites qui sont accessibles à tous. Il est indispensable de revenir sur le scandale des attributions des chaînes sur la TNT. Or le nouveau gouvernement n'entend pas intervenir. Sans doute au nom de « la concurrence libre et non faussée ». Malgré des programmes parfois indignes, les chaînes de la TNT captent environ 20 % de l'audience et aspirent 20 % de la pub. Ces chaînes ne coûtent pratiquement rien et n'ont quasi aucune obligation de production. Une chaîne de la TNT peut être rentable avec 3 % d'audience grâce à des catalogues de programmes achetés à bas coût. Pour mesurer le danger et la légèreté du législateur, il faut savoir qu'une fiction d'une heure que la télévision publique a autrefois financé plus d'un million d'euros n'en coûte plus que 3000 à une chaîne de la TNT !

Canal Plus, dont les programmes ont déjà été financés par les abonnés, se lance à son tour dans la télévision gratuite avec la rediffusion en clair de ses programmes grâce au rachat des chaînes de Bolloré. Les géants de la télé connectée débarquent, et des réorganisations et des concentrations sont prévisibles.

Quelle place pourrait avoir la télévision publique dans un secteur totalement dérégulé ?

France 3 sacrifiée ?

Sous prétexte de crise, les dirigeants de France Télévisions et les hauts fonctionnaires sont aujourd'hui confrontés à des choix politiques et stratégiques, et s'interrogent : « Y a-t-il une chaîne de trop ? Que faut-il sacrifier ? » Le premier projet qui risque d'être abandonné concerne France 4. Cette chaîne, qui cible les 13/35 ans et qui est en progression constante, énerve beaucoup le patron de M6 qui aimerait la voir disparaître. Dans ses promesses de campagne, François Hollande la voyait en matrice d'une chaîne pour enfants et ados sans publicité. De son côté, la direction de France Télévisions préférerait racheter les parts de Lagardère dans la chaîne à capital mixte Gulli dont elle est actionnaire.

Mais dans un contexte de baisse des moyens et de projets mutilés, c'est

France 3 qui est la plus menacée. Forte de 4500 salariés implantés dans une centaine de sites, elle dispose encore d'une filière de production (moyens lourds de retransmissions, fictions et documentaires) et émet chaque jour 24 journaux régionaux et 44 éditions locales en simultané (23000 heures de programmes annuels contre 8700 pour une chaîne nationale). Avec son maillage serré dans toute la métropole, France 3, comme France Ô (ex RFO) en outre-mer, a été pensée historiquement comme un élément d'aménagement du territoire. Or c'est là que la direction espère tailler dans le vif.

Quelle mission France 3 devrait-elle abandonner ? Devrait-elle en finir avec des programmes régionaux moribonds ou liquider la filière production ? Va-t-on fermer définitivement des locales, comme c'est déjà le cas pendant certaines périodes, ou bien réduire le nombre de journaux et regrouper des régions ? Va-t-on sous-traiter l'information avec des alliances avec la presse quotidienne régionale ? Fermer

LES CONSÉQUENCES DES DÉCRETS TASCA

« Vous n'êtes pas sans savoir que le groupe (France Télévisions) ne dispose d'aucun droit de propriété sur les œuvres qu'il finance. Ainsi, il doit racheter les droits des programmes qu'il a déjà financés pour pouvoir les reprogrammer. Je donnerai un exemple fameux : le feuilleton "Plus belle la vie" a été racheté deux fois et le contribuable a donc payé deux fois ! La redevance britannique est certes plus élevée que la nôtre, mais elle finance la production de programmes qui permettent ensuite de dégager d'importantes ressources commerciales, lesquelles représentent plus de 20 % des ressources de la BBC, alors que France Télévisions Distribution est encore en déficit cette année. »

Extrait du rapport de Martine Martinel (PS) sur la loi de finance 2013.



france télévisions



des stations outre-mer à France Ô (Mayotte, Saint-Pierre et Miquelon, Wallis et Futuna)? Toutes ces hypothèses sont envisagées, parfois en même temps. Le principal problème des « décideurs » est la gestion politique plus ou moins compliquée de ces choix.

Information standardisée?

L'un des chantiers déjà annoncé est celui de la fusion des rédactions nationales de France 2, France 3 et France Ô d'ici 2015. La création d'une usine de l'info, en quelque sorte. Six cents journalistes concourent actuellement à la fabrication des différents journaux (Télématin, 13h, 20h, 12/14, 19/20, Soir 3, etc.) des magazines de reportages et de sports. D'où l'idée de mettre en place, sur un lieu unique, une « news factory », sur le modèle de la BBC, où une seule rédaction produirait de l'information 24 heures sur 24. Cette grande rédaction fournirait des reportages pour tous les supports (en particulier pour Internet), toutes les éditions et toutes les chaînes. L'objectif avoué : tailler sévèrement dans les effectifs grâce à une bonne dose de taylorisme.

Face aux critiques qui craignent la standardisation, Thierry Thuillier, le directeur de l'information de France Télévisions, a une solution : personnaliser chaque édition grâce à la visibilité de quelques présentateurs et journalistes de plateau. Mais le danger est là : la fragmentation des tâches envisagée va conduire à une sorte de rabaissement journalistique, de

« BFMisation » accélérée. Les journalistes sur le terrain vont perdre la maîtrise de leurs reportages fournis à un desk chargé de retravailler une matière brute d'images et d'interviews pour tous les supports... Et le risque est que tous les reportages à haute valeur ajoutée tels que les enquêtes et les magazines un peu pointus soient tous externalisés, comme c'est le cas depuis longtemps déjà pour les documentaires.

Programmes anémiés?

France Télévisions, qui n'a pas le droit de produire en interne plus de 5 % de ses programmes, est tenue de consacrer 60 millions d'euros par an à la production cinématographique et, surtout, 420 millions d'euros à des programmes audiovisuels que se partagent une quarantaine de producteurs, sans qu'un véritable audit de leurs devis ne soit jamais fait. Le PDG Rémy Pflimlin répète à qui veut l'entendre qu'il ne pourra respecter les montants obligatoires de commandes aux producteurs privés qui sont pourtant inscrits dans la loi, quelle que soit la situation de l'entreprise. Pour l'instant, Aurélie Filippetti, la ministre de tutelle, n'envisage pas de changement : France Télévisions doit faire des économies, tout en faisant des programmes de qualité... et en préservant les intérêts des producteurs privés!

Mais l'externalisation et les scandaleux profits des producteurs privés ne sont qu'un aspect du problème. Dans toute l'Europe, la taille et la santé du secteur audiovisuel dépendent du bon finance-

ment des chaînes publiques. En France, si 60 % de la production provient de la commande publique, France Télévisions, sous-financée, n'arrive pas à alimenter une industrie audiovisuelle digne de ce nom. Résultat : toutes chaînes confondues (publiques et privées), le volume de production des fictions est l'un des plus faible d'Europe (voir encadré).



Ce problème des contenus est un enjeu crucial. Les « décrets Tasca », prévus au départ pour favoriser une production indépendante, en imposant des quotas obligatoires de commandes publiques ont conduit à toutes les dérives : interdiction de produire en interne, externalisation de la production financée par le régime de l'intermittence, profits indécents de quelques producteurs et, surtout, dépossession de France Télévisions de ses propres droits. Or, à l'heure de la télé connectée, un simple diffuseur est une coquille vide. Avec la diffusion par Internet, ce ne sont pas les tuyaux ou les fréquences qui comptent mais les catalogues de programmes ! Demain, les géants de la télé seront les studios américains producteurs de séries ou de films associés à des agrégateurs ou des distributeurs de contenus tels que Google, Apple ou Netflix. YouTube France ne vient-il pas d'annoncer qu'il mettrait d'ores et déjà en ligne plusieurs chaînes en association avec des producteurs ? France Télévisions doit donc retrouver la pleine maîtrise de ses droits et de ses capacités de production cédés aux producteurs par la volonté du législateur. C'est un enjeu absolument stratégique.

Le gouvernement qui a promis une nouvelle loi sur l'audiovisuel a semble-t-il l'intention de la repousser à 2014. Donnera-t-il les moyens à la télévision publique de se développer... plutôt que de lui administrer le coup de grâce ?

RIPOLINER LE CSA?

Du CSA, nous avons écrit en janvier 2012, dans *Médiacritique(s)* n° 2 [1], qu'il s'agissait d'un organisme fantoche (en raison d'un mode de désignation antidémocratique) et croupion (en raison des limites de son périmètre d'intervention). C'est pourquoi nous avons proposé d'en finir avec lui et de le remplacer par un Conseil national des médias, redéfini dans sa composition comme dans ses missions, et constitutionnalisé comme un quatrième pouvoir effectif. On en est loin...

LE PROGRAMME du Parti socialiste de 2011 se bornait à envisager quelques mesures cosmétiques. Le CSA, nous disait-on, « sera réformé dans sa composition et rendu indépendant du pouvoir politique ». Quelle composition? Mystère, si l'on excepte cet engagement: « La composition du CSA devra respecter le principe de parité entre hommes et femmes. » Quelle indépendance? Mystère encore. Quelles seront les nouvelles missions de ce CSA réformé? Mystère toujours...

Quant au candidat François Hollande, en sa proposition 51, il se bornait à indiquer que « la désignation des responsables des chaînes publiques de télévision et de radio dépendra d'une autorité indépendante et non plus du chef de l'État ou du gouvernement ». Quelle « autorité indépendante »? Le CSA? Quel CSA? Mystère...

Ces mystères alimentent des déclarations qui ressemblent à s'y méprendre à des rumeurs. Les présidents de l'audiovisuel public ne seraient plus nommés par le président de la République, mais par un vote de l'Assemblée nationale et du Sénat à la majorité des trois cinquièmes, c'est-à-dire par un vote des députés et sénateurs des partis dominants qui ne le sont qu'en raison du scrutin majoritaire dans un cas et du suffrage indirect dans l'autre. Un bouleversant progrès de la démocratie...

Que nous annonce-t-on plus précisément? À l'heure actuelle, les neuf membres du Conseil supérieur de l'audiovisuel, renouvelables par tiers, sont nommés par les pouvoirs exécutif et législatif (trois par le président de la République, trois par le président du Sénat et trois par le président de l'Assemblée nationale). Conséquence: depuis janvier 2007, les neuf membres ont été nommés par la droite. En janvier 2012, un nouveau président du CSA doit être désigné et deux membres remplacés. Un simple « intérim » en attendant une réforme d'ampleur, promise pour le premier semestre 2013, mais dont on ne sait à peu près rien?

Dans un tel contexte, demander, comme le font *Les Indignés du PAF*, la désignation au CSA d'un citoyen – et plus exactement de l'un des leurs – est, pour le moins, ambigu. Une telle demande pourrait avoir une indéniable valeur symbolique dans la mesure où elle met en avant une exigence démocratique opposée à la confiscation strictement étatique de la régulation de l'audiovisuel. Mais

elle ne serait représentative que de ceux qui la réclament. De surcroît, et surtout, elle accrédite une modalité de désignation réservée de facto à l'arbitraire de l'exécutif ou aux compromis parlementaires, sans proposer le moindre projet de transformation des organismes de régulation.

Que nous annonce-t-on encore? Que trois ministres ont été chargés par Jean-Marc Ayrault de remettre un rapport sur le rapprochement entre l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) et le CSA. Un projet sans doute au cœur des préoccupations de la majorité des usagers des médias... Et pourtant l'idée peut sembler séduisante. À l'heure du numérique, l'autorité chargée d'attribuer les fréquences et de réguler les contenus (l'actuel CSA) devrait agir de concert avec l'autorité chargée de réguler les communications électroniques (l'actuelle ARCEP). Seulement il y a tout lieu de craindre que cela se traduise par une régulation d'Internet qui remettrait en cause sa neutralité. De surcroît, ce serait oublier un peu vite que l'ARCEP a été créée pour réguler la concurrence entre des acteurs exclusivement privés, en application des directives européennes. Pas question de toucher à l'appropriation privée des infrastructures de télécommunication? Rapprochons, rapprochons... mais pour quoi faire? Sans projet et sans création, en lieu et place du CSA, d'une instance effectivement indépendante?

Pourtant, son « œuvre » récente a de quoi laisser songeur: échec du lancement de la TNT payante, lancement arbitraire – sans programmes définis ni financement garanti – de 6 nouvelles chaînes gratuites de la TNT, attribution des chaînes locales à des groupes privés soutenus financièrement, dans des conditions opaques, par des collectivités territoriales, etc. Ce n'est pas Acrimed qui l'affirme mais un avis rédigé par Martine Marinel au nom de la commission des affaires culturelles et de l'éducation sur le projet de loi de finances pour 2013.

Quelques couches de peintures ne suffiront pas à donner un éclat nouveau à une instance incapable de relever les défis auxquels sont d'ores et déjà confrontés les médias – tous les médias.

[1] Article disponible également sur notre site: « En finir avec le CSA! Pour un Conseil national des médias... de tous les médias », www.acrimed.org/article2335.html.

BRICOLER L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR?

L'AUDIOVISUEL extérieur de la France (AEF) est une stupéfiante usine à gaz dont l'organisation est héritée du bon vouloir de Jacques Chirac et de Nicolas Sarkozy. Aujourd'hui dirigée par Marie-Christine Saragosse, qui a remplacé le couple infernal Alain de Pouzillac/Christine Ockrent, l'AEF est une holding qui regroupe la chaîne d'information continue en trois langues France 24, TV5 Monde (chaîne de coopération francophone qui rediffuse dans le monde des programmes de France Télévisions), et les radios RFI et Monte Carlo Doualiya (arabophone).

L'AEF

13 rédactions: 1 800 salariés
– RFI/MCD: 1 128 salariés
– France 24: 409 salariés
– TV5 Monde: 243 salariés
Budget: 314 millions d'euros

L'AEF n'est plus sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères et devrait être une composante à part entière du secteur public de l'audiovisuel. C'est loin d'être le cas. France 24 n'a pas obtenu une fréquence sur la TNT, qui lui aurait permis d'être visible en France. Pis: alors que le candidat Hollande s'était clairement exprimé contre la fusion RFI/France 24, cette aberration se poursuit dans les faits sur la base du rapport du haut fonctionnaire et ancien patron de Radio France Jean-Paul Cluzel, appuyé par la seule CFDT. Ne serait-il pas plus simple, comme le demandent les salariés, de **laisser RFI dans le groupe Radio France et de faire de France 24 la chaîne d'information internationale de France Télévisions?**

RAVALER HADOPI?

CRÉÉE par la loi du même nom, la Hadopi (Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet) est une charmante usine à gaz qui a notamment pour charge de lutter contre le téléchargement illégal d'œuvres audiovisuelles, selon un dispositif qui est à la fois archaïque, répressif et inefficace. En 2012, la Hadopi a bénéficié d'un budget de 10,4 millions d'euros et employé 60 agents. Il paraît que c'est le coût de la « pédagogie »! Selon un article publié sur LeMonde.fr le 5 septembre 2012 (« La Hadopi défend le bilan de la réponse graduée »), en septembre 2012, cette noble institution avait envoyé 1,1 million de mails, repéré 340 internautes ayant récidivé malgré trois avertissements et transmis 14 dossiers au parquet. Bilan: un premier internaute condamné à 150 euros d'amende. Effet dissuasif garanti...

Le candidat François Hollande, en sa proposition 45, avait eu une idée: abroger la loi Hadopi et la remplacer « *par une grande loi [...] qui conciliera la défense des droits des créateurs et un accès aux œuvres par internet facilité et sécurisé* ». Une nappe de brouillard à peine dissipée par cet engagement: « *Les auteurs seront rémunérés en fonction du nombre d'accès à leurs œuvres grâce à un financement reposant à la fois sur les usagers et sur tous les acteurs de l'économie numérique qui profitent de la circulation numérique des œuvres.* »

Depuis, un groupe de travail, officiellement baptisé « Mission-culture acte II », s'est constitué sous la direction

de Pierre Lescure, chargé de concertation, et lui a emprunté son nom. Cette « mission Lescure », comme on la nomme désormais, doit remettre des propositions au début 2013. Patientons? Patientons. Mais non sans avoir la patience inquiète. Et pas seulement parce qu'il serait étonnant qu'un arbitrage entre des lobbies se traduise par des mesures audacieuses surtout quand le gouvernement amorce déjà les premiers reculs.



En effet, Aurélie Filippetti, farouche opposante en 2009, réclamait alors une « *contribution créative: deux euros par mois payés par les internautes et qui permettraient la constitution d'un fonds de 400 millions d'euros entièrement dédiés à la création artistique et au soutien des jeunes artistes, et non pas seulement des plus favorisés* ». Une proposition soutenable qu'elle semble avoir oubliée depuis. Indignée par la disproportion entre les moyens et les résultats en 2012, elle ne s'est pas opposée à la reconduction, à peine

en baisse, du budget indécemment consacré à la Hadopi (l'institution). Pis: elle n'évoque plus que l'inefficacité du dispositif, sans évoquer de solution alternative. Dans un discours prononcé le 23 octobre 2012, devant le Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, elle déclarait qu'elle attendait de la mission Lescure « *qu'elle propose des pistes pour lutter contre le "streaming" et le téléchargement direct illégaux* ». Dans le cadre des lois Hadopi 1 et 2? Abrogation ou ravalement?

ROMANCER POUR ENQUÊTER

Dans le numéro précédent de *Médiacritique(s)*, nous avons proposé, une fois n'est pas coutume, le compte rendu d'un roman: *Dernier shoot pour l'enfer*, de Ludo Sterman [1] ancien journaliste de *L'Équipe* et romancier. Et nous avons annoncé que nous poserions à l'auteur quelques questions sur ce détour par la fiction d'une enquête journalistique. Chose promise, chose due... et désormais chose faite.

*Vous avez publié votre roman *Dernier Shoot pour l'Enfer*, sous pseudo, était-ce une volonté, voire une nécessité, pour vous journaliste sportif en activité, d'avancer masqué pour publier un ouvrage mettant en cause à la fois le sport et les médias qui le traitent ?*

La question s'est posée mais je dois être honnête, j'ai choisi un pseudo pour faire une distinction symbolique (y compris pour moi) entre mon activité de journaliste de sport et celle, nouvelle, de romancier. Pas pour me cacher. D'ailleurs, Fayard, mon éditeur, et certains médias ont publié ma photo. J'assume entièrement le contenu de ce livre et toutes ses insinuations.

Pourquoi, dans ce cas, avoir choisi la forme de la fiction et pas celle de l'enquête journalistique ?

L'enquête, sur ces sujets en particulier, n'est pas simple. Il faut amasser des preuves matérielles infaillibles pour étayer les accusations et se prémunir en cas de procès, recueillir des témoignages, percer l'omertà, prendre le risque de déranger avec ce que cela comporte comme menaces. Les situations que rencontre mon personnage, des confrères les ont quasiment toutes vécues. Le tout peut prendre des années, il faut des moyens considérables. Je n'étais pas armé. À tout point de vue. Et même si je l'avais été, j'avais avant tout, et depuis longtemps, l'envie de m'essayer au roman noir. Une conjonction de facteurs m'y a poussé, quand je me suis lancé en 2008 : l'envie insistante d'écrire, le temps pour le faire, le besoin d'évoquer les travers du milieu dans lequel j'évoluais professionnellement. Le polar ou le roman noir sont presque toujours basés sur une certaine lecture de la société et traquent les zones d'ombre par l'entremise des enquêteurs qu'ils mettent en scène. Ma connaissance des nombreuses facettes du sport spectacle, celle des médias (sportifs) et la certitude que ces médias parlaient trop peu de certains travers, du moins s'attardaient rarement sur des problématiques forcément moins « sexy », constituaient pour moi le terreau idéal. La fiction me donnait entière liberté pour utiliser tout ce qui existe sur le sujet (d'où l'avertissement en début de livre [2] et les nombreux faits cités dans l'ouvrage), pour réécrire l'histoire telle que je la pressentais et y insérer tous les aspects souhaités.

Votre livre est un polar bâti autour d'une enquête sur le dopage dans le football. Pourquoi les journalistes enquêtent-ils si peu sur une pratique dont tout le monde s'accorde pour dire qu'elle est très répandue ?

Les médias dominants, les institutions qui gèrent ce sport s'accordent pour dire que le dopage est répandu dans le monde du football ? Hors micro peut-être, mais autrement vous n'en entendez jamais parler. Jamais. Le dopage, fléau d'envergure dans de nombreux autres sports, n'existe pas dans le football... N'est-ce pas merveilleux ? Il faudrait donc que les journalistes, appelés à couvrir cette discipline tout au long de l'année, nagent à contre-courant pour tenter de prouver le contraire. C'est se tirer une balle dans le pied. Au niveau individuel, c'est un mauvais plan de carrière. Pour un titre, une radio ou une chaîne de télévision, c'est un mauvais calcul économique. Et quand bien même certains journalistes, la plupart du temps indépendants et rarement publiés dans les médias spécialisés ou les cases dévolues au sport, décideraient de se lancer dans cette entreprise périlleuse – heureusement, il y en a ; peu, c'est vrai –, ils se heurteraient à ce que je disais précédemment sur les moyens requis, les difficultés rencontrées et les risques encourus pour mener à bien une telle enquête... Quel média impliqué dans le sport aurait intérêt à consacrer tant de moyens et prendre autant le risque de se couper de ce qui le fait vivre ?

Autrement dit, l'obstacle principal, c'est la « complicité mercantile » des médias dont vous parlez dans le livre, parmi les dérives du sport business que vous décrivez. Dans quelle mesure, selon vous, les journalistes sportifs eux-mêmes sont-ils des complices de ces dérives ? Complices involontaires ou acteurs consentants, d'ailleurs ?

Traiter en profondeur certaines problématiques – le dopage, les flux financiers, les mœurs –, c'est remettre en question le sport spectacle qu'on promeut à longueur de temps. Or les médias sportifs sont liés au monde sportif. C'est certainement vrai dans d'autres domaines, la politique notamment où l'on retrouve la même connivence entre le microcosme des journalistes spécialisés et les hommes politiques. Mais dans le sport, en arrière-plan, vous retrouvez les intérêts économiques. Le Tour de France, les Coupes d'Europe de

football, par exemple, ont été créés à l'initiative des journaux sportifs pour assurer leurs ventes sur des périodes habituellement creuses. Le foot est un produit d'appel pour les chaînes de télé à péage. Les grandes compétitions sportives engendrent des audiences élevées et les recettes publicitaires qui vont avec, ou si les recettes de pub ne suivent pas comme ce fut le cas cet été pour France Télévisions lors des Jeux Olympiques, c'est de toute façon un gain en termes d'image. Ce contexte crée un climat peu propice à l'investigation qui dérange. Au niveau individuel, il faut interroger les motivations de chacun. Mais on peut vite comprendre qu'il est plus intéressant – pour sa carrière, pour le journal ou la chaîne, voire pour son ego – de pouvoir obtenir une interview avec une grande star parce qu'on est dans ses petits papiers plutôt que de taper dans un mur à vouloir démontrer que, derrière la façade brillante, l'envers du décor recèle aussi sa part d'ombre.

Le principal acteur de votre roman est journaliste au journal *Le Sport*. Vous décrivez des scènes imaginaires de la vie de ce journal et vous tracez les portraits imaginaires de personnages qui le sont aussi. Mais quoi qu'on en dise, toute ressemblance n'est pas purement fortuite, puisque votre roman est nourri de votre expérience de journaliste à *L'Équipe*. Que peut nous dire de ce journal, non le romancier, mais l'ancien journaliste ?

Je précise que j'ai choisi un journal de presse écrite puisque, comme vous le dites, je me suis inspiré de ma propre expérience et je préférerais vraiment parler de ce que je connaissais, pour la description de la vie de la rédaction notamment. J'ai également choisi un journal ressemblant à *L'Équipe* pour interroger sa situation de monopole, qui mérite d'être questionnée. Mais le journal *Le Sport*, dans mon livre, cristallise les comportements des médias sportifs en général et notamment ceux des médias audiovisuels bien plus complices à mon sens, aujourd'hui, que la presse papier. Le journal *L'Équipe* appartient au groupe Amaury, par ailleurs propriétaire du Tour de France, d'un certain nombre d'autres courses cyclistes et du rallye

Dakar. On peut déjà y voir une forme de conflit d'intérêt. Outre le fait que ce quotidien vit une crise majeure depuis dix ans avec l'explosion d'Internet et des chaînes de sport et donc de la diffusion tous azimuts des images sportives qui entraîne une vraie remise en question de son positionnement (que dire quand tout a déjà été vu et revu?), il symbolise la schizophrénie du journalisme sportif, pris entre ses intérêts économiques et ses ambitions journalistiques. D'ailleurs, les dix meilleures ventes de *L'Équipe* correspondent toutes à des hauts faits d'armes footballistiques qui alimentent la légende sportive: neuf d'entre elles concernent l'équipe de France de football.

Ce journal aurait la force de frappe nécessaire pour dénoncer massivement les dérives du sport business et, qui sait, pousser même à de vrais changements. Sa situation de monopole assez exceptionnelle (en Italie, en Espagne, les quotidiens sportifs sont plusieurs, au Royaume-Uni, tous les grands quotidiens consacrent de nombreuses pages au sport) pourrait lui conférer ce pouvoir, mais la direction du journal, depuis toujours je crois, a préféré l'utiliser comme l'occasion d'asseoir un rôle de promoteur du sport, en lien fort avec le monde sportif (cf. *La Face cachée de L'Équipe*, de David Garcia). *L'Équipe TV* a ainsi été choisie pour occuper le canal TNT dévolu au sport, à partir de décembre prochain, grâce notamment au soutien du Comité national olympique et sportif français. Autre exemple: au lendemain du fameux coup de boule de Zinedine Zidane, en 2006, qui, au-delà du commentaire primaire « ça l'a rendu plus humain » entendu dans toutes les bouches, appelait de légitimes interrogations. L'édito de *L'Équipe*, justement, posa ces questions. Quitte à froisser la star planétaire. Et le surlendemain? Virage à 180 degrés. Dans l'édito du mardi, le directeur de la rédaction s'excusait! Zidane était l'emblème de plusieurs annonceurs de poids, le téléphone du directeur de la rédac avait dû beaucoup sonner après la parution du premier édito. *L'Équipe* traite tous les sujets mais donne une priorité écrasante au grand barnum de l'actualité, le flux. C'est un peu comme en télévision avec les émissions dites de flux, le show, le direct, en opposition aux programmes de stock, les documentaires. Et sur le front du dopage, dans une rédaction de

près de trois cents journalistes, un seul est spécialisé sur l'un des fléaux majeurs du sport spectacle! Cela révèle un certain choix de ligne éditoriale. Pourtant, *L'Équipe* est l'un des médias sportifs en France qui traite le plus le dopage, loin devant les télévisions. C'est un journal reconnu mondialement, par la profession, pour les moyens qu'il consacre au reportage de terrain. Après, qu'attendent exactement les lecteurs...?

Justement. Au cours d'un dialogue houleux entre le directeur de la rédaction du *Sport* et votre journaliste, vous employez la figure du coiffeur de Mazamet, qui symbolise le lecteur de base de *L'Équipe*. Le directeur du *Sport* semble bien connaître ses attentes...

Il affirme que le sport n'est pas un secteur de la société comme les autres. Pour lui, il reste un divertissement que le lecteur souhaite voir couvrir comme tel. Il a forcément raison pour une partie de son lectorat. Quelle part représente-t-elle? La majorité? Les médias existent avant tout en tant qu'entreprises soucieuses de leurs bénéficiaires. Adoptent-ils les comportements que je décris avec la certitude que leur production éditoriale est celle qui génèrera le plus d'audience, donc le plus de revenus? Avec la certitude, par conséquent, que le public se désintéresse de ces problématiques qui éloignent le sport de sa vocation première, le divertissement? Ou le font-ils, de manière plus sournoise et intéressée, pour façonner le goût du public et créer à la longue un environnement propice à leur business et à celui du milieu qu'ils couvrent? Je crains malheureusement qu'à force, on déshabitude totalement le public de l'utilisation de son sens critique. Alors si ce roman, que j'ai écrit avant tout pour tenter d'en faire un bon polar et qui dénonce ce qui est fait du sport mais pas le sport en lui-même, que j'aime et pratique intensément depuis toujours, peut (r)éveiller ce sens critique chez certains lecteurs, j'en serais ravi.

[1] Fayard, avril 2012, 365 pages, 19 €.

[2] « Bien qu'inspirée de faits bien réels et fondée sur de nombreux témoignages et documents, cette histoire est une fiction. »

L'EXTRÊME DROITE À L'ASSAUT DES MÉDIAS ET DE LA CRITIQUE DES MÉDIAS

« Jean-Yves Le Gallou lance un Acrimed d'extrême droite » titrent, sur le blog du monde.fr « Droite(s) extrême(s) », Abel Mestre et Caroline Monnot, journalistes au *Monde*. Un titre accrocheur qui, s'il vise l'« Observatoire des journalistes et de l'information médiatique », atteint par ricochet — maladresse ou perfidie ? — notre association. Notre attention avait été attirée depuis longtemps par la prolifération, sur les sites d'extrême droite, d'articles de dénonciation des médias, pas assez complaisants à leur goût avec leur « pensée ». Et depuis peu par l'annonce de ce nouvel Observatoire. Il vaut la peine d'y regarder de plus près.

UNE NÉBULEUSE D'EXTRÊME DROITE

Ils se défendent souvent d'être d'« extrême droite », puisqu'ils transcenderaient tous les clivages. Qui sont-ils ? Ce sont les sites, nombreux et interconnectés, qui défendent une version nationaliste de la souveraineté nationale, une version xénophobe d'une prétendue identité française, un libéralisme économique national opposé au libéralisme économique transnational, une critique de la globalisation capitaliste qui, sous le terme de mondialisme, esquivent le qualificatif.

Comme ce fut toujours le cas avec l'extrême droite et culmina avec le fascisme et le nazisme, les sites d'extrême droite se nourrissent de thèmes apparemment anticapitalistes contre « l'oligarchie » ou la « tyrannie médiatique », et se drapent derrière la défense du « peuple » — le « vrai » — contre les élites. Dans leur prose et leurs vindictes, l'islam d'aujourd'hui — rebaptisé islamisme — a remplacé le judaïsme d'hier. Les apatrides ce ne sont jamais ceux qui le sont réellement : ce furent les juifs, ce sont désormais les musulmans et les « élites mondialisées ». Au nom de quoi, ces représentants de la pureté française se présentent comme des briseurs de « tabous », des pourfendeurs de la « pensée unique », des ennemis du « politiquement correct ».

Certains de ces sites — mais pas tous — se réfèrent ouvertement au Front national. Leur point commun ? Tous les médias qui ne partagent pas leur point de vue sont des ennemis. Et face à l'ennemi, un seul mot d'ordre : à l'assaut ! On l'a compris : leur prétendue critique des médias n'est que l'habillage de leur propagande générale et d'un projet politique global.

En première ligne de ces sites de propagande qui vomissent tous les journalistes et tous les médias qui ne partagent pas leurs obsessions et uniquement parce qu'ils ne partagent pas ces obsessions : Polémia, un site d'extrême droite fondé

par Jean-Yves Le Gallou, ancien adhérent du Front national puis du Mouvement national républicain de Bruno Mégret, et farouche partisan de la « préférence nationale ». Responsable du site ? Anne-Laure Le Gallou.

La Fondation Polémia, et le site correspondant, ont joué et jouent un rôle moteur dans la dénonciation des journalistes et des médias qui ne s'alignent pas sur leurs positions.

Ainsi, la Fondation Polémia organise depuis 2008 des journées annuelles de « Réinformation » qui offrent des cours accélérés de propagande politique. Et pour que la « réinformation » soit complète, la fondation Polémia organise depuis 2010 les « Bobards d'or » : une cérémonie destinée à dénoncer les journalistes qui « n'hésitent pas à mentir délibérément pour servir le politiquement correct ».

Lors de la première cérémonie des « Bobards d'or », Jean-Yves Le Gallou prononce un discours d'ouverture, en ligne sur le site de « Polémia » : « Dix-sept thèses sur le système médiatique français ». On peut y lire ceci : « *Décrire une tyrannie, c'est déjà l'affaiblir. C'est ce que nous nous efforçons de faire avec la tyrannie médiatique. C'est la démarche de la réinformation. C'est ce que fait la blogosphère qu'il faut appeler réinfosphère : de Radio Courtoisie à Françoisdesouche, en passant par le Salon beige, Novopress et bien d'autres.* » Cette « réinformation » et la prétendue critique des médias qui la nourrit relèvent clairement de la propagande d'une « réinfosphère » bien délimitée !

Ce n'est pas tout. Le samedi 13 octobre 2012, Polémia organisait sa « cinquième Journée de la réinformation ». Son thème ? « Face à la tyrannie médiatique, pour un grand bond offensif ». Cette rencontre a fait l'objet d'une promotion intensive sur la plupart des sites d'extrême droite : de Novopress (qui nous avait menacés de procès) à F.desouche (comprendre « français de souche »...), en passant par Metapointos et « Nouvelles de France ».

Parmi les invités, le président d'un Observatoire des médias.

UN NOUVEL OBSERVATOIRE ?

Cet observatoire — « L'Observatoire des journalistes et de l'information médiatique » (OJIM), a été créé très récemment par Claude Chollet, un ancien dirigeant des labos Ipsen, mais aussi un ancien du Grece (Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne) au sein duquel se regroupait la « Nouvelle droite ».

Contrairement à Polémia (et à la flopée de sites équivalents), on ne trouve sur le site de l'OJIM aucun signe apparent de proximité avec l'extrême droite. Du moins au moment où nous écrivons ces lignes. Aucun des liens proposés par le site ne renvoie à des sites d'extrême droite, mais à des sites et des médias classés « à gauche », à l'exception de... Polémia.

En revanche les sites d'extrême droite font grand cas de l'OJIM. Dès le 17 juillet 2012, par exemple, « Nouvelles de France » publiait un article hagiographique sous le titre « L'OJIM, un observatoire qui informe sur ceux qui nous informent ». Quelques mois plus tôt, le même site annonçait la parution, d'un magazine — *Droit de regard* — qui n'a pas encore vu le jour. Titre de l'article (qui résume assez clairement le projet éditorial) : « *Droit de regard*, le magazine de "la droite Zemmour" »... « *avec le soutien de Claude Chollet* ». C'est évidemment son droit. Comme ce serait celui de l'OJIM de déclarer clairement son identité politique.

Sur le site de Polémia, en guise de présentation de la « cinquième Journée de la réinformation », on peut lire un entretien avec Jean-Yves Le Gallou. Question : « *Comment "s'informer sur ceux qui nous informent" ?* » Réponse de Le Gallou : « *C'est le travail de l'Observatoire des journalistes et de l'information médiatique (OJIM) que son président Claude Chollet viendra présenter, samedi 13 octobre aux auditeurs de Polémia.* » Une division du travail, en quelque sorte...

Au point que, sur le blog du monde.fr « Droite(s) extrême(s) », dans l'article

déjà cité, Abel Mestre et Caroline Monnot, journalistes au *Monde*, n'y vont pas par quatre chemins : « *La réunion de samedi est surtout l'occasion de donner un peu de visibilité à l'Observatoire des journalistes et de l'information médiatique, annoncé par M. Le Gallou et ses amis en mars 2012 et dont la naissance a été un peu laborieuse.* »

Claude Chollet, en tournée de promotion, bénéficie d'une hospitalité — comment dire ? — plutôt marquée... dans les médias d'extrême droite. Le 22 septembre, c'est Radio Courtoisie qui recevait Claude Chollet en compagnie de Benjamin Dormann que Claude Chollet recevait à son tour quelques jours plus tard. Et le même Claude Chollet est invité les 3 et 4 novembre prochains à Orange, à la convention du Bloc identitaire.

Claude Chollet, quand on rappelle son appartenance passée au Grece, proteste contre « *des allusions au mouvement Grece... il y a plus de trente ans* ». Il n'en est plus membre ? Qu'on se le dise ! Il s'insurge en outre contre des citations qui ne figurent pas sur le site de l'OJIM, mais sur celui de Polémia. Certes... Mais que trouve-t-on sur le site de l'OJIM (dont la présentation est très élaborée) ? Presque rien pour l'instant, mais des priorités significatives.

Plutôt que d'informer sur l'information (selon notre — heureuse — formule), l'OJIM informe prioritairement sur « ceux qui nous informent », dont il multiplie les « portraits ». Et cette information consiste non seulement à retracer leur carrière professionnelle, mais à débusquer leurs préférences politiques quelles qu'elles soient et quelle que soit leur incidence sur leurs pratiques journalistiques, pour peu que ces préférences ne soient pas d'extrême droite. À grand renfort de lourdes allusions ou connotations. Quelques exemples : le portrait de Paul Amar insiste lourdement sur ses liens avec la Licra, Laurent Ruquier est présenté comme « *le gay passe-*

The screenshot shows the OJIM website interface. At the top left is the OJIM logo with the text 'observatoire des journalistes et de l'information médiatique'. Below the logo is a navigation menu with items like 'ACCUEIL', 'QUI SOMMES-NOUS ?', 'CHARTRE', 'MÉDIAS / RÉSEAUX', 'PORTRAITS', 'PROPOSER UN ARTICLE', 'PLAN DU SITE', 'LEBIS', 'AIDEZ-NOUS', 'NOUS CONTACTER', and 'MENTIONS LÉGALES'. There are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. The main content area features a 'Faire un don' button, a text block about donations, and a 'DERNIERS PORTRAITS ADULTES' section with a grid of portraits and names. Below that is a 'Newsletter' sign-up box and a 'MÉDIAS / RÉSEAUX - LES DERNIÈRES ACTUALITÉS' section with three article thumbnails.

partout », Harry Roselmack comme le « *gendre martiniquais idéal* », etc.

On peut également lire sur le site de l'OJIM (comme sur d'autres sites du même genre) une critique apparemment élogieuse du documentaire *Les Nouveaux Chiens de garde*, attribué à tort à une équipe d'Acrimed, un « *mouvement [...]* venu de l'ultra-gauche ». L'ultra-gauche ? Ce vocabulaire avoue son origine. Et de reprocher au film (en revendiquant la caution d'un Bourdieu imaginaire...) de ne pas partager les thèmes coutumiers d'une certaine extrême droite : « *Mais le film élude certaines questions. Derrière un néo-marxisme parfois un peu paléo, Les Nouveaux Chiens de garde n'analyse pas l'auto-réplication idéologique de l'ensemble de la caste, certains de ses critiques inclus. La caste journalistique — dans un mécanisme que Bourdieu n'aurait pas renié — s'auto-réplique : massivement de gauche (quelle que soit la réalité mise derrière ce terme), massivement favorable à la globalisation, massivement en faveur de l'ouverture des frontières de l'Europe.* »

Dans l'article déjà cité, voici ce qu'Abel Mestre et Caroline Monnot écrivent à propos de l'OJIM :

« *Le propos de cet observatoire, présidé par Claude Chollet, un ex-dirigeant de l'industrie pharmaceutique, très actif au Grece (Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne) des années 1970-1980, est "d'informer*

sur ceux qui informent". En somme, faire, à l'extrême droite, une sorte d'Acrimed (le célèbre observatoire critique des médias ancré très à gauche). Ce qui donne chez Jean-Yves Le Gallou: "Un journaliste de Libération, c'est un porte-plume de la banque Rothschild. Un journaliste du Monde, c'est un porte-flingue de la banque Lazard! Les plumitifs de l'extrême gauche et le grand capital se sont alliés pour détruire les nations et les traditions." »

Admirez la présentation d'Acrimed comme un « célèbre observatoire critique des médias ancré très à gauche ». « Ancré très à gauche »? Ne le nions pas. Un « célèbre » observatoire? Cette consécration nous va droit au cœur, venant de journalistes d'un quotidien qui n'a rien fait pour cette célébrité et n'a jusqu'à présent tenu aucun compte de son existence, ne serait-ce que pour en informer ses lecteurs.

« Une sorte d'Acrimed [...] Ce qui donne chez Jean-Yves Le Gallou... » Maladresse ou perfidie? Cette présentation laisse entendre que nous pourrions partager, si peu que ce soit, ce qu'écrit Jean-Yves Le Gallou. À supposer que l'on puisse prêter à l'OJIM les propos de ce dernier [1], ils sont en tous points contraires à ce que nous écrivons, non seulement en raison de l'opposition frontale des présupposés politiques, mais parce qu'il ne nous viendrait pas à l'idée d'affirmer que tous les journalistes sont des alliés du grand capital qui écrivent sous la dictée de leur employeur!

« Un Acrimed d'extrême droite ». Autant dire un cercle carré. « Faire, à l'extrême droite, une sorte d'Acrimed »? Aussi inimaginable que de faire à l'extrême gauche, une espèce de Figaro... Ou une sorte de Monde.

[1] Contrairement à ce qu'une présentation allusive laisse entendre, les phrases de Jean-Yves Le Gallou ne figurent pas sur le site de l'OJIM.

SELON TOP SANTÉ, LE SEXISME DIMINUE LES RISQUES DE CANCER

Une récente étude publiée par le très sérieux *International Journal of Cancer* établit que les femmes pratiquant une activité physique régulière seraient moins touchées par le cancer du sein. L'enquête, menée auprès de 257 805 femmes de divers pays européens, conclut que l'exercice physique est un moyen, parmi d'autres, de réduire les risques de cancer. *Top Santé*, « le n° 1 des magazines santé », s'est fait l'écho de cette étude sur son site internet, dans un court article publié le 4 septembre 2012. Intention louable. Mais...

... Mais voilà : « Cancer du sein : 2h30 de ménage par jour abaisse le risque ». Une interprétation... singulière des conclusions des chercheurs, qui se contentent de constater que les femmes qui consacrent plusieurs heures par jour aux tâches ménagères, de même que celles qui pratiquent le sport, le jardinage ou tout autre effort physique régulier, sont moins touchées par le cancer. Un constat que *Top Santé* se charge de transformer en prescription : « Les fées du logis (s'il y en a) peuvent se réjouir : 6 heures de ménage par jour pourrait réduire le risque de cancer du sein de 13 %. Les plus raisonnables peuvent se contenter de 2h30 de tâches ménagères par jour, le risque diminuerait alors de 6 % ». Un trait d'humour? La suite de l'article semble le confirmer : « Bonne nouvelle, l'étude financée par le Cancer Research au Royaume-Uni montre que s'armer d'un plumeau et d'un balai n'est pas indispensable pour prévenir le risque de cancer du sein. » Ouf, on respire.

Mais s'il s'agissait d'une plaisanterie concoctée par le magazine, elle a été servie bien épaisse : titre accrocheur, illustration photographique sans équivoque... *Top Santé*, visiblement peu préoccupé par les inégalités hommes-femmes (à l'instar de nombre d'autres magazines que l'on dit « féminins »), déconseille à ses lectrices, pour raison de santé bien sûr, le partage des tâches ménagères. Si une étude similaire avait été publiée au sujet du cancer de la prostate, *Top Santé* aurait-il également recommandé aux hommes de passer le balai et la serpillère, ou plutôt de s'adonner davantage au bricolage et au football? La réponse est, malheureusement, dans la question...

Au cas où les femmes l'auraient oublié, *Top Santé* se charge de le leur rappeler : le travail (domestique), c'est la santé! Une conclusion scientifique s'impose, prouvée par une enquête conduite par les chercheurs d'Acrimed : résilier son abonnement à *Top Santé* permet non seulement de faire des économies utiles, mais aussi de réduire les risques de propagation de clichés sexistes.



UN STAGE CONSTERNANT DU CFPJ

François Ruffin nous avait déjà appris à quel point l'école de journalisme la plus prestigieuse de France, le CFJ, s'appliquait à inculquer à ses étudiants les fondements d'un « journalisme insipide, aérépésisé, routinisé, marketisé, sans risque et sans révolte, dépourvu de toute espérance ». Cette école privée facture la formation initiale de deux ans 7 000 euros (à titre de comparaison, les frais d'inscription pour une année de master à l'université se montent à 250 euros) et s'inscrit désormais dans une holding: le groupe CFPJ [1]. En son sein, le CFPJ-Médias propose des sessions de formation continue. Et la médiocrité de ces enseignements à l'intention des professionnels ne semble rien avoir à envier à celle de la filière classique, et à des tarifs plus exorbitants encore. Illustration avec la formation intitulée « Écrire pour la génération Y ».

LA GÉNÉRATION IMAGINAIRE

L'intitulé de ce stage, pour abscons qu'il soit, illustre néanmoins les pires travers d'un journalisme « de société » qui, sans cesse à l'affût de prétendues « nouvelles tendances », prend les vessies de concepts publicitaires aussi creux que jetables pour les lanternes de l'analyse sociologique. Car cette mystérieuse « génération Y » – « analysée » sous toutes les coutures par de grands titres nationaux [3] – ne désigne rien d'autre que « les jeunes », « les 18-30 ans », voire les « 18-25 », censés appartenir à une génération « zappeuse » et « multimédia ».

Outre qu'il est absurde de rassembler sous le seul critère de l'âge l'ensemble des jeunes de 18 à 30 ans sans autre distinction de statut socio-économique, il est tout aussi inepte de prétendre les caractériser par une appétence homogène pour des nouvelles technologies de l'information et de la communication dont les usages sont éminemment variables en fonction du milieu social, et en particulier du bagage scolaire et culturel. Mais, ces objections évidentes n'effraient pas le

CFPJ qui, cédant à la lubie du moment des grands « rubricards sociétaux », propose dans ce stage de cerner en 14 heures « le fonctionnement et les centres d'intérêt » (*sic*) de la jeunesse française rebaptisée « génération Y »!

CIBLER « LES JEUNES »

Derrière son titre ronflant, affichant une ambition aussi démesurée que vide de sens, la formation consiste en réalité en une série de leçons de marketing éditorial qui visent à « adapter ses angles et son écriture à la cible jeune ».

The screenshot shows the CFPJ website interface. At the top, there are navigation tabs: Accueil, CFJ Ecole de journalisme, CFPJ Médias Formation continue des journalistes, CFPJ Entreprises Formation aux techniques de communication, and CFPJ Formations. Below this is a header for 'CFPJ Entreprises' with the tagline 'La formation des professionnels de l'information et de la communication'. A breadcrumb trail reads 'Catalogue des formations > Intra sur mesure > Formations à Lyon > E-Learning > CFPJ Leadership > CFPJ'. The main content area is titled 'Ecrire pour la génération Y' and includes the subtitle 'Adapter son écriture pour prendre en compte la génération des 18-30 ans dans ses publications.' Below this, there is a box with course details: Code: 35068, Prix: 1 135 € HT, Durée: 2 jours - 14 heures, Lieu: Paris, and a 'Télécharger le pdf' button. To the right, under 'Objectifs', it states: 'Connaitre la génération Y pour mieux comprendre son rapport à l'information. Cerner son fonctionnement afin de capter sa curiosité. Rédiger et adapter un contenu éditorial destiné à cette cible jeune.' Under 'Public concerné', it lists: 'Responsables et chargés de communication. Toute personne amenée à réaliser une publication d'entreprise, d'institution, de collectivité territoriale ou d'association.'

Sur ces bases, le programme du stage alterne les questionnements les plus saugrenus (« Économie: faut-il que la

crise soit drôle pour qu'elle intéresse les jeunes? »), des propositions de sujets les plus rebattus par un certain journalisme faisant commerce de sa frivolité (« sujets de société décalés »), et des conseils stylistiques qu'on pensait naïvement s'appliquer à tous les secteurs de la presse (« éviter encore plus les clichés habituels », « varier le vocabulaire », « favoriser la distance et le recul dans la rédaction de l'article »).

Mais c'est surtout à un journalisme de divertissement et d'opinion, superficiel et standardisé, qui abdique toute ambition pour gagner un public supposé abêti, que renvoie la présentation du stage: « écrire court, dense et simple pour une génération habituée aux messages express », « une écriture privilégiant la mise en scène et la forme », « les genres prisés par les jeunes: ceux qui favorisent le processus d'identification et permettent de raconter une histoire », « Vocabulaire: mêler "parler jeune" et autorité du discours journalistique », « goût pour des angles éditorialisants ou impliquant la subjectivité », ou encore, *last but not least*, « focus sur le gonzo journalisme » [4].

UN MAL POUR UN BIEN

Si ce n'est sans doute pas avec de telles recommandations que la presse va conquérir durablement un lectorat « jeune » et redresser des ventes en berne, la formation « Écrire pour la génération Y » aura au moins le mérite de contribuer à la prospérité du CFPJ ! Facturé entre 800 et 1 000 euros selon les sessions, il va sans dire que ce stage « d'approfondissement » de quelques heures exclut de fait tous les pigistes précaires ou les rédacteurs smicards pourtant *a priori* les plus intéressés par les dispositifs de formation continue. On déplorera évidemment cette évolution mercantile d'un établissement qui contribue à structurer la profession journalistique... Mais, tout en se demandant qui peut bien consentir à de tels tarifs pour s'entendre asséner clichés et platitudes pendant deux

jours, on ne pourra que se féliciter que de jeunes journalistes égarés, qui n'auraient pas subi la formation initiale du CFJ et auraient la tentation de s'y perfectionner en suivant ce stage, soient ainsi préservés de ses enseignements !

[1] Voir sur le site du *Monde diplomatique*, « Le Centre de formation des journalistes saisi par l'argent-roi », février 2003.

[2] Voir par exemple, sur le site de *L'Express*, « Les jeunes de la "génération Y", un défi pour les entreprises » ; sur le site du *Monde*, « La "génération Y" jugée ambitieuse et individualiste par ses aînés » ; sur le site de *Libération*, « Je suis de la génération Y, et alors ? ».

[3] « Gonzo journalisme » qui serait celui de « l'ultra subjectivité »... ou comment faire comme si le journalisme traditionnel était celui de l'ultra objectivité !

LE CRIF INVESTIT DANS LA FORMATION DES JOURNALISTES

En proie à des difficultés financières, l'École supérieure de journalisme de Lille a trouvé un expédient commode pour payer le voyage d'étude en Israël de sa 87^e promotion, du 11 au 20 novembre 2012: laisser le CRIF participer à son financement et à son organisation.

POUR qui sait l'alignement systématique du Conseil représentatif des institutions juives de France (CRIF) sur la politique et les positions du gouvernement israélien, ce partenariat peut sembler quelque peu baroque... D'autant que le CRIF ne s'est pas contenté de contribuer financièrement au voyage: il a participé à en définir le programme et a notamment organisé des rencontres avec des responsables de l'armée israélienne, une journaliste du très droitier *Jérusalem Post*, des Israéliens de Sderot « vivant à proximité des roquettes de Gaza », ou encore un déplacement sur le plateau du Golan, occupé par Israël, pour une visite... archéologique. En plein accord avec le directeur des études, Pierre Savary, et sous couvert de « réflexion sur le traitement médiatique du conflit », le CRIF a aussi pu sensibiliser les étudiants aux subtilités de la propagande sémantique, en invitant les étudiants à s'interroger sur l'emploi des termes « implantations » ou « colonies » pour

qualifier les peuplements israéliens illégaux qui mitent la Cisjordanie [1].

Animé par les meilleures intentions pédagogiques, son président signale cependant que le CRIF a « naturellement accepté que les journalistes rencontrent des interlocuteurs avec lesquels nous sommes nous-mêmes en désaccord », sans aller toutefois jusqu'à prendre en charge le coût de ces rencontres... Afin de « compléter » les suggestions du CRIF, l'école a donc effectivement organisé, et financé elle-même, des déplacements dans diverses localités palestiniennes et des entretiens avec des journalistes, des ONG ou des élus plus favorables à la cause palestinienne.

Ainsi conçu, ce programme apparaissait au diapason du traitement « équilibré » que les grands médias font du conflit, qui se contente souvent de juxtaposer points de vue israélien et palestinien. Équilibre chimérique, qui introduit des biais systématiques dans le traitement d'un conflit totalement asymétrique [2].

Si l'on ne peut être certain que le CRIF voie un jour des retours éditoriaux directs sur investissement, c'est peu de dire que ce type de partenariat – que le CRIF avait initié en 2006 avec l'école de journalisme de Sciences Po – laisse songeur... Que doivent en retenir les apprentis journalistes ? Qu'il est de bonne pratique d'être financé par une source aux intérêts bien compris ? Qu'être objectif, c'est faire droit à toutes les entreprises de communication et de lobbying ? Que ne pas prendre parti, c'est conférer à toutes les parties la même légitimité ou la même responsabilité ? Malheureusement, il est à craindre que cette expérience pédagogique offre en effet aux étudiants de l'ESJ un avant-goût des joies que leur réserve leur future vie professionnelle...

[1] « Le CRIF envoie des étudiants en journalisme en Israël », Rue 89, 5 novembre 2011.

[2] « Informer sur le Proche-Orient (1) », *Médiacritique(s)*, n° 3, avril-juin 2012, p. 18-19.

SELON « LES INROCKS », POUR ÊTRE COOL, IL FAUT DES EUROS

S'il est un magazine dont la marque de fabrique est la *coolitude*, c'est bien *Les Inrockuptibles*. Hebdomadaire branché qui passe son temps à chroniquer les chanteurs branchés, les films branchés et les jeux vidéo branchés, « *Les Inrocks* », comme disent les gens branchés, adorent aussi les styles de vie branchés, les habits branchés, les meubles branchés... Bref, tout ce qu'il faut pour être branché... et donc cool. Mais à lire la rubrique qui se consacre à ce noble objectif, être cool suppose d'abord d'en avoir les moyens.

DANS une rubrique intitulée « Où est le cool? », *Les Inrockuptibles* recensent (et encensent) – à grand renfort (outrancier) d'anglicismes branchés – ce qui leur semble correspondre à la « cool attitude » du moment. Pour l'essentiel, le « cool de la semaine » se caractérise par la promotion de produits de consommation peu répandus, dont on ne fournit pas le prix (sauf quand c'est un livre et donc pas cher). Échantillon représentatif.

Dans le numéro du 16 octobre 2012 par exemple, l'hebdomadaire branché nous explique que le « cool » se trouve « *sur ce skate translucide* », dont la description fait rêver : « *Surfant sur le gros revival des planches old-school, la marque Globe remet au goût du jour sa Bantam en plastique rigide et la décline en une série design ultracolorée* ». Si en général les skateboards (planches à roulettes) coûtent entre 40 et 50 euros, le prix de celui-ci – après investigation de notre part – est de 110 euros.

Dans le même numéro le « cool » se trouve aussi « *dans ce look geek futuriste* ». Description : « *Capturée pendant la fashion week, cette silhouette parvient miraculeusement à mixer quelques-uns des items les plus trendy de la saison : baskets lamées Kenzo, leggings et surtout cet ultra-geeky et fantastique pull/sweat Balenciaga* ». Ce pull/sweat coûte juste 185 euros, hors frais d'envoi... Cool, non? Ce qui est cool aussi c'est de pouvoir boire un café au « *MVMNT Café* » à Londres. Le prix? 1,20 livre sterling pour un espresso, auquel il faut ajouter bien sûr le prix du billet de train ou d'avion pour se rendre dans la capitale britannique (160 euros l'aller-retour en train depuis Paris, ou 300 euros l'aller-retour en train depuis Clermont-Ferrand).

Dans le numéro du 9 octobre 2012, l'hebdomadaire cool vante le « *bombers W.I.A.* », des « *tenues oversize postdigitales que l'on imagine bien sur des hackeuses, des clubbeurs ou Die Antwoord* ». Le prix non indiqué par *Les Inrockuptibles*? 295 euros. Le cool est aussi dans des chaussures à 365 euros. Il se trouve dans des motos retapées à des prix allant de 10000 à 23000 euros. *Les Inrockuptibles* conseillent également de passer des vacances dans des « *lodges ecofriendly*

de bois et de métal » dans la vallée de Guadalupe au Mexique. Le prix d'une nuit? Minimum 175 euros. Plus l'aller-retour en avion au Mexique. Et si vous êtes à la recherche d'un sac, on vous conseillera de prendre un sac de bivouac style années soixante pour la modique somme de 235 euros...

mOde
LES
inROCKS



Dans le numéro du 19 septembre 2012, l'hebdomadaire cool et branché recommande des chaussures de ville avec des semelles en forme de dents de requin, les « *Shark Sole Derby Navy* » qui, vérification faite, valent au mieux 530 dollars (soit près d'un demi-Smic). Et si vous voulez faire du sport – mais en restant cool, *of course* – vous pouvez aussi vous procurer des Nike Flyknit (11 septembre 2012). Description : « *Après le revival New Balance, Nike impose encore un peu plus la tendance technique qui court dans le monde des sneakers avec la Flyknit, basket ultralégère et tressée qu'on enfle comme un chausson ou une seconde peau. Au placard, donc, les vieilles Stan Smith et autres modèles rétro : l'automne sera minimal, aérien et futuriste* ». Le prix? 160 euros.

Fermions le ban. Ainsi que nous l'écrivions déjà en 2006, « *anglicisme branché, publicité "design", élitisme cool et provocation "in" sont les ingrédients de ce périodique parisien* ». Et ces quelques exemples de « produits » décrits ou conseillés par *Les Inrockuptibles* nous éclairent encore plus sur ce qu'est cet hebdomadaire... La venue d'Audrey Pulvar (et de ses lunettes, estimées à 15000 euros selon *Le Canard enchaîné*) ne semble rien y changer. Sans doute parce qu'Audrey Pulvar est cool.

Après tout, pour être cool, il faut s'en donner les moyens. Financiers de préférence.

CES OURAGANS QUI FRAPPENT SURTOUT LES PAYS RICHES

Les ouragans et autres tempêtes qui frappent tous les ans la région des Caraïbes, de juin à novembre, ont cette particularité de susciter un intérêt médiatique qui grandit à mesure que le phénomène météorologique se rapproche des États-Unis et, le cas échéant, y provoque des dévastations. Quant aux autres pays... En 2008, avec Gustav, ou en 2012, avec Sandy: deux illustrations d'une discrimination médiatique, indice d'une certaine "vision du monde" qui informe et déforme l'information.

EN 2008 DÉJÀ...

L'ouragan Gustav qui, formé le 25 août 2008, avait frappé successivement Haïti (le 26), la Jamaïque (le 28), les îles Caïmans (le 29), Cuba (le 30), puis les États-Unis, le 1^{er} septembre, avant de perdre rapidement de la vigueur. Mais le calendrier médiatique, du moins sur France 2, avait subi un singulier ajustement... en fonction de la menace que l'ouragan faisait peser sur les États-Unis[1].

Ce n'est que le 28 août que Gustav fait son apparition au 13 heures de France 2. Pourquoi? Parce qu'à cette date, « *on redoute que le phénomène climatique se transforme en ouragan en approchant la Louisiane* ». Le 29 et le 30 août, au 20h, alors que Gustav n'a toujours pas atteint la côte du continent nord-américain, un tiers des sujets est réservé aux États-Unis. Si à 13h comme à 20h, le 31 août, Gustav est désormais le premier titre du journal, c'est parce qu'il s'approche des côtes américaines... Au 20h, l'ouragan s'abat enfin... sur les téléspectateurs: 5 sujets lui sont consacrés. Sur un total de 8'16, 4'23 sont réservées aux États-Unis. Égalité de traitement... entre des pays qui comptent leurs morts, et un autre qui « redoute » seulement – à cette date – d'avoir à en compter. Le 1^{er} septembre, aux 13h et 20h, Gustav est toujours à la une des titres des JT. À la mi-journée, 95 % du temps accordé à cet événement concerne les États-Unis. Et le soir, on atteint les 100 %,

soit 4'50: un joli score si l'on considère que Gustav a « raté » la Nouvelle-Orléans d'une centaine de kilomètres et n'est plus qu'une tempête de niveau 2. La baudruche se dégonfle. Le 2 septembre, au 13h, Gustav, rétrogradé à la 10^e place, n'apparaît plus dans les titres. Deux derniers sujets lui sont consacrés, à nouveau seulement sur les États-Unis. Sur l'ensemble de la couverture de l'ouragan, et à dégâts très inégaux (d'autant que ces dégâts ne se mesurent pas seulement, eux, en nombre de morts...), les JT de France 2 ont deux fois plus parlé du sort des États-Unis que du reste des pays touchés (23'24 contre 11'10). Au 20h, c'est relâche. Gustav est mort, vive Hanna, l'ouragan suivant.

EN 2012, ENCORE...

Rarement les médias (ou du moins certains d'entre eux) ont été, de tous côtés, aussi contestés que pour leur traitement de l'ouragan Sandy et de ses effets dévastateurs: pour la disproportion outrancière (et proprement scandaleuse) entre les informations fournies sur les États-Unis et celles dont ont chichement bénéficié les autres pays. Trop, c'est trop quand c'est à ce point flagrant. Ce fut en particulier le cas dans les médias audiovisuels qui bénéficient de la plus large audience. Exemple avec les 20h de France 2, choix qui n'exonère pas, au contraire, tous les autres médias, TF1 en particulier. Sur France 2, donc...

Vendredi 26 octobre

32 minutes après le début du journal, on apprend, images à l'appui, que l'ouragan est « *en route vers les États-Unis* » et que des mesures préventives ont été prises. Et en une phrase, mais sans images: « *L'ouragan Sandy a déjà fait vingt-huit morts sur son passage, notamment en Haïti* ». C'est tout? C'est tout.

Samedi 27 octobre

Aucun titre n'annonce des informations sur l'ouragan. Les sujets se succèdent, jusqu'au moment où, après quelques images sur la « *grogne sociale en Italie* » (les grognons grognent encore...), intervient, 14'40 après le début du journal, cette transition: « *À l'étranger toujours* ». À l'étranger, quoi donc? « *Aux États-Unis, la côte est en état d'alerte* » face à « *l'énorme ouragan* ». Fugitivement, le présentateur précise: « *Dans les Caraïbes, il a déjà fait vingt-quatre morts* ». Le « sujet » lui-même porte sur les mesures préventives prises aux États-Unis et sur la trajectoire de l'ouragan.



Pourtant, au cœur de ce « sujet » d'1'15, quelques phrases, prononcées à grande vitesse (20 secondes), informent, images à l'appui: « *Juste en face, dans l'Atlantique, dans l'archipel des Bahamas, Sandy est déjà passé.*

Voici les résultats: ravages des vents et montée de l'océan. Mais rien de dramatique, comme ici à Cuba. C'est à Santiago que les destructions ont été les plus impressionnantes. Bilan: onze morts. Pire encore: en Haïti un pont a même été emporté. La subite montée des eaux a causé la mort de vingt-six personnes, dont des enfants. » C'est tout? C'est tout. Il est temps, en effet, d'en venir à l'impact possible de l'ouragan sur le scrutin présidentiel, puis à un « sujet » sur le « microciblage électoral ». Durée? 2'55.

Dimanche 28 octobre

18'45 après le début du journal, 3 min. (un « sujet » et un « direct ») sont consacrées aux précautions prises face à l'imminence de l'arrivée de l'ouragan. Rien sur les dévastations dans les autres pays.

Lundi 29 octobre

Première annonce: « L'Amérique en alerte ouragan [...] La tempête devrait frapper dans les heures qui viennent », avec ce titre à l'image:



Après les titres, « direction d'abord les États-Unis », pour 7 min. d'informations et de reportages: « Les dernières images », « Les dernières informations: l'ouragan Sandy s'approche de New York », etc. Puis, plateau: « Ouragan Sandy: pourquoi fait-il si peur? ». Rien sur les conséquences de l'ouragan dans les autres pays.

Mardi 30 octobre

Premier titre annoncé: « La côte est américaine dévastée ». Plus de 10'30 seront consacrées aux conséquences du passage de l'ouragan. Et toujours rien sur les autres pays.



Mercredi 31 octobre

Deuxième titre annoncé: « Quel bilan aux États-Unis? », en deux reportages et un « direct » d'une durée totale de 7 min. Premier reportage (2'40 environ): « L'ampleur des dégâts », suivi de l'image « pittoresque » d'un

journaliste surpris par les flots, mais heureusement indemne. Et il est temps de passer au second reportage: « Le calme des New-Yorkais ». Et sur les autres pays? Rien.



Vendredi 2 novembre [2]

Le toujours souriant Laurent Delahousse annonce les titres du journal et introduit, 8'50 après le début du journal et avant de revenir sur la campagne électorale aux États-Unis, un reportage centré sur la pénurie d'essence, la vente de matériel de camping et tous les désagréments de la vie à Manhattan (le tout pour 1'20 environ). Et sur les autres pays? Toujours rien.

Bilan

Du samedi 27 octobre au vendredi 2 novembre, et sans compter le jeudi 1^{er} novembre et les annonces des titres des journaux, environ 30 minutes ont été consacrées à l'arrivée puis aux effets de l'ouragan aux États-Unis. Et 20 secondes environ à ses effets dans les autres pays.

SANDY: COMMENT JUSTIFIER L'INJUSTIFIABLE

Dès le 31 octobre 2012, dans un « papier d'angle » intitulé « Sandy: un traitement médiatique inégal entre Haïti et les États-Unis », l'Agence France presse tentait d'expliquer, voire de justifier, l'invisibilité médiatique du sort d'Haïti, en rassemblant, à l'intention de ses clients, un bouquet des « meilleurs » arguments avancés par les professionnels de la profession. Et c'est tout simple...

... C'est la faute au gouvernement haïtien!

« Professionnels et observateurs des médias mettent en avant notamment la communication lente autour de la situation à Haïti », nous dit l'AFP. Et que peut l'information indépendante sans communication gouvernementale? Pourtant, un journaliste – au moins – était « sur place »: « Effectivement, l'ouragan a fait plus de victimes en Haïti [...], mais les autorités sont venues avec ces chiffres plusieurs jours après le passage de Sandy. Faute de moyens sans doute elles n'ont pas réussi à informer à temps », explique un journaliste sur place. » Comme s'il était possible d'informer, surtout dans un pays où l'État est déliquéscent, en se contentant des conférences de presse officielles... Mais à quoi bon recourir à d'autres sources, puisque, de toute façon...

... C'est parce qu'on n'avait pas d'images!

« Si nombre de journalistes étaient déjà aux États-Unis au moment du passage de Sandy [...] peu étaient présents en Haïti », poursuit la dépêche de l'AFP: « Sur Haïti, on avait très peu d'images et peu d'informations », souligne Hervé Bérout, directeur de la rédaction de BFM TV, précisant que la chaîne d'info en continu « a commencé par faire un sujet global sur le passage de l'ouragan aux Caraïbes, parce qu'il n'y avait pas de quoi faire un sujet seul » [...] À TF1, qui n'avait pas non plus

Quand soudain... Samedi 3 novembre

Le toujours souriant Laurent Delahousse annonce les titres du journal. Mais, subitement : « Avant de revenir sur ces titres, un cri d'alarme ce soir, le cri des oubliés de l'ouragan Sandy. Quelques heures avant de toucher les côtes américaines, la tempête a fait des ravages sur l'île d'Haïti. Mais la situation n'a pas fait l'objet de la même couverture médiatique. Pourtant un drame de plus est en train de se jouer pour cette population déjà meurtrie. Elle est désormais menacée par le manque de nourriture. » Cette présentation très indirectement et très allusivement autocritique valut aux téléspectateurs de bénéficier d'un reportage correctement informé (malgré sa brièveté : 1'30) sur « Les victimes oubliées de Sandy ».



Les « victimes oubliées », mais par qui? Pourquoi se borner à déplorer vaguement la couverture médiatique sans dire un mot de la couverture effectuée par France 2? Par timidité? Les « victimes oubliées », mais pourquoi? Parce que, selon une singulière conception du monde, rien de ce qui arrive aux USA ne doit nous rester étranger. Quant aux autres pays, c'est selon... Ensuite, et par conséquent, parce que la couverture de l'élection présidentielle aux États-Unis a justifié aux yeux des responsables de rédaction la multiplication des envoyés spéciaux : la couverture de l'ouragan dévastateur a fonctionné comme un retour sur investissement. Enfin, parce que, selon ces mêmes responsables, tout dépend de l'abondance des images, de préférence spectaculaires. Et pour ça, les États-

Unis sont mieux lotis que Cuba ou Haïti : « Dis-moi où se trouvent les caméras, je te dirai ce qui mérite qu'on en parle. »

Quant à informer, en temps réel, sur les difficultés à informer, plutôt que d'ignorer, purement et simplement en vertu d'une conception de l'information télévisée qui se rend esclave de « l'image », ce qu'il faudrait savoir, c'est évidemment un vœu pieux...

Que peuvent contre tout cela, qui produit machinalement de redoutables effets, des bilans critiques aussi maigres que celui de France 2, en ce 3 novembre 2012? Encore a-t-il le mérite d'exister, contrairement au 1^{er} septembre 2008 où David Pujadas annonçait : « Une image avant de développer ces titres. Alors que le monde [le monde, les médias, ou... les JT de France 2?] a les yeux braqués sur la Louisiane, l'est de l'Inde connaît, dans une quasi-indifférence [et pour cause!], une des pires moussons de ces 50 dernières années [...] Un demi-million de personnes sont prises au piège et on compte déjà 800 morts depuis le mois de juin. Il nous semblait important de le souligner. » Et de quelle manière. Quelques « images », en 23 secondes. Quelques images, et quelques mots sans doute nécessaires à la bonne conscience médiatique, mais qui ne vont pas sans quelque cynisme. Il nous semblait important de le souligner.

[1] Voir notre article : « L'ouragan Gustav ou la discrimination médiatique selon France 2 », 14 octobre 2008.

[2] Le 20h du 1^{er} novembre était indisponible sur le site de France 2.

d'envoyé spécial à Port-au-Prince, on souligne également qu'« il n'y avait pas énormément de matière, pas beaucoup d'images », ajoutant : « Aux États-Unis, tout le monde envoie des images, des photos avec son téléphone portable. En Haïti, il n'y a pas cet afflux ». » Faut-il suggérer à l'anonyme de TF1 de demander à Bouygues d'offrir des téléphones portables aux Haïtiens pour qu'ils puissent prendre des photos – comme tout le monde ?

... C'est parce que c'est « symbolique » !

Ce n'est pas tout : « À cela s'ajoute une dimension symbolique, liée à la place réelle et fantasmée de New York et des États-Unis », précise l'AFP, qui s'appuie sur des spécialistes. François Jost d'abord, « spécialiste des médias » : « C'est une ville qui vit avec le mythe de l'apocalypse, auquel le 11 septembre a donné une consistance [...] C'est aussi une ville réputée pour son dynamisme. Le contraste entre cette ville énergique, pleine de monde et le fait qu'elle se retrouve vidée de ses habitants, ça frappe plus qu'Haïti. » Qui s'intéresserait en effet au sort des habitants mous de Port-au-Prince? Comparons ce qui est comparable! Et Jean-Marie Charon, « sociologue des médias », de « renchéris » : « Il y a toujours dans notre traitement de l'actualité une surreprésentation des États-Unis et en particulier de New York, qui renvoie à une symbolique particulière et à la place des États-Unis dans le concert des États actuel [...] Il y a un effet d'amplification et de déséquilibre. »

« Amplification » et « déséquilibre », seulement? Espérons que Jost et Charon ne se sont pas contentés de les expliquer par cette « symbolique ». En tout cas, l'AFP n'évoque jamais l'hypothèse que la géopolitique des grands médias puisse tout simplement coïncider avec celle des grandes puissances – « amies » – plutôt qu'avec la géopolitique de la misère, du moins quand font défaut, à l'usage des télévisions, les images sensationnelles des dévastations.

NOUVELLE VICTOIRE DE SINÉ

Contre l'éditocratie... et contre *Charlie Hebdo*, qui a été condamné une nouvelle fois par la justice pour rupture abusive du contrat qui liait le journal au dessinateur. Nous nous réjouissons de cette victoire pour la liberté d'expression – en apportant notre soutien à Siné dans son autre combat...

RAPPEL des faits: en juillet 2008, *Charlie Hebdo* publie une chronique de Siné dans laquelle celui-ci dénonce le prétendu opportunisme religieux de Jean Sarkozy. Extrait: « il vient de déclarer vouloir se convertir au judaïsme avant d'épouser sa fiancée, juive, et héritière des fondateurs de Darty. Il fera du chemin dans la vie, ce petit! » S'ensuit une véritable fronde contre le caricaturiste qui mène à son licenciement de *Charlie Hebdo* pour cause d'« antisémitisme ». L'éditocratie unanime soutient Philippe Val, directeur de l'hebdomadaire, dans sa purge anti-Siné. Pourtant, pour qui connaît un peu Siné et son œuvre, l'accusation d'antisémitisme est sans fondement et même complètement farfelue, et ce licenciement une véritable atteinte à la liberté d'expression.

Depuis, que s'est-il passé? Philippe Val quitte *Charlie Hebdo* en 2009 pour prendre la direction de France Inter et renvoyer quelques chroniqueurs encombrants. Il laisse la gestion de l'épave à Charb qui avait courageusement pris parti... contre le chroniqueur, dans un éditorial amphigourique dans lequel il expliquait que Siné avait porté « atteinte » aux « valeurs essentielles » de *Charlie Hebdo* (rires).

Siné de son côté, soutenu par des milliers de personnes, a remonté la pente et lancé un hebdomadaire (*Siné Hebdo*) en septembre 2008 qui s'est muté en mensuel trois ans plus tard (*Siné Mensuel*). Mais surtout Siné a gagné. À deux reprises. Une première fois, le 30 novembre 2010, quand le tribunal de grande instance (TGI) a rendu un jugement dépourvu de toute ambiguïté: « Il ne peut être prétendu que les termes de la chronique de Maurice Sinet sont antisémites, [...] ni que celui-ci a commis une faute en les écrivant [...] Il ne

pouvait être demandé à Siné de signer et faire paraître une lettre d'excuse ». *Charlie Hebdo* a été condamné à verser 20000 euros à Siné pour rupture abusive de contrat. En outre, pour le TGI, « la médiatisation de la rupture et le caractère humiliant de son annonce apprise en même temps que les lecteurs par la publication du numéro du 16 juillet 2008, ont causé à Siné un préjudice moral qu'il convient d'indemniser en lui allouant la somme de 20000 euros ». Soit un total de 40000 euros auquel il faut ajouter 5000 euros de frais de justice. Pourtant *Charlie Hebdo* a préféré faire appel. Et c'est ainsi que Siné vient de remporter une deuxième victoire, avec un jugement encore plus terrible pour l'hebdomadaire, comme le rapporte un communiqué de presse de Siné:



« *Charlie Hebdo* est condamné une nouvelle fois par la justice à verser des dommages et intérêts au dessinateur Siné pour rupture

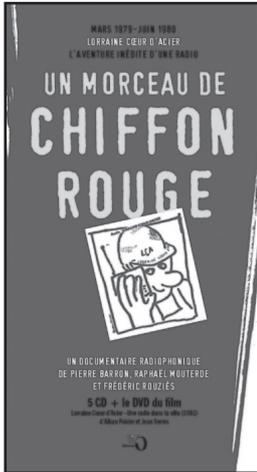
abusive du contrat qui le liait au journal depuis 16 années. L'hebdomadaire dirigé par Charb devra également publier sur la couverture, un communiqué judiciaire sur un bandeau de 15 centimètres de haut sur toute la largeur sous peine d'astreinte de 2000 € par semaine. La cour d'appel de Paris par un arrêt du 14 décembre 2012 confirme ainsi le jugement de tribunal de grande instance de Paris du 30 novembre 2010. La cour condamne le journal à verser 90000 € de dommages et intérêts et 15000 € pour les frais de justice au lieu des 40000 € et des 5000 € attribuées lors du premier jugement. »

Au moment du premier jugement, les juges médiatiques de Siné n'avaient pas fait la publicité de cette condamnation... Cette fois encore, le silence est assourdissant. Les éditocrates ont la mémoire courte... ou sélective.



Depuis plus de quinze ans, Michel Naudy, placardisé, attendait que la direction de France 3, puis de France Télévisions, lui confie des responsabilités à la mesure de son talent. Notre ami a mis fin à ses jours le 2 décembre 2012. Dans le film *Les Nouveaux Chiens de garde*, il déclarait: « Il n'y a pas d'alternative. Le système jette, rejette, tout ce qu'il ne peut pas récupérer. »

UN MORCEAU DE CHIFFON ROUGE L'AVENTURE DE RADIO LORRAINE COEUR D'ACIER

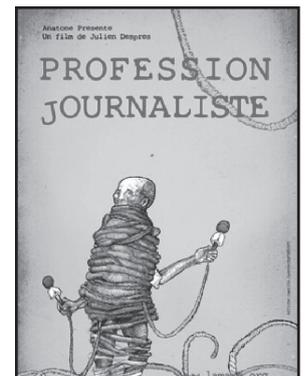


SEPTEMBRE 1978: Un prétendu « plan de sauvetage » de la sidérurgie est annoncé. Décembre 1978: 21 750 suppressions d'emploi sont prévues entre avril 1979 et décembre 1980, dont 6 500 à Longwy. La longue et massive mobilisation des sidérurgistes et de la population commence. Le 17 mars 1979, la CGT crée Radio Lorraine Cœur d'acier (LCA): elle est animée par deux journalistes professionnels – Jacques Dupont et Marcel Trillat – dans un studio installé dans le hall de la mairie de Longwy. C'est cette radio de lutte et de libre parole que fait revivre, entre les voix d'hier et les témoignages d'aujourd'hui, un documentaire radiophonique de Pierre Barron, Raphaël Mouterde et Frédéric Rouziès, en 5 CD, que complète le DVD du film « Lorraine Cœur d'acier – Une radio dans la ville », d'Alban Poirier et Jean Serret, sorti en 1981, peu de temps après que LCA a cessé d'émettre; la LCA qui était aussi et peut-être surtout une authentique radio participative – et non cette caricature que proposent les « grandes » radios d'aujourd'hui quand elles accordent, disent-elles, « la parole aux auditeurs ». Aux auditeurs? Voire! Et certainement pas, ou si peu, aux ouvriers des hauts fourneaux d'Arceclor-Mittal à Florange.

Coffret édité par La Nouvelle Vie ouvrière (NVO), 29,90 €.

PROFESSION JOURNALISTE

CE DOCUMENTAIRE aborde la question du journalisme sous l'angle des conditions de production qui le structurent. Le film entend ainsi interroger ce que signifie être journaliste aujourd'hui. À cet effet, le réalisateur adopte une posture de (faux) candide partant à la rencontre de représentants et analystes de la profession: François Ruffin, Jean-François Téaldi, Annie Lacroix-Riz et d'anciens journalistes de France 24 et de RFI... Ces entretiens permettent d'évoquer la formation, le rythme de production, la frontière floue avec l'activité de communicant, et la précarisation qu'entraîne la financiarisation des médias. Même si l'angle principal n'est pas toujours tenu et approfondi comme tel, il faut saluer ce film autoproduit des éditions Lamare, qui a le mérite de poser la question des médias, et de s'en saisir comme d'une question politique.



Réalisé par Julien DESPRÉS, Anatone productions, 66 min., 2012.

DSK, HOLLANDE, ETC.



DANS la lignée de *Juppé forcément*, réalisé par Pierre Carles en 1995, qui portait sur le traitement médiatique de la campagne municipale de Bordeaux et qui figure en bonus de cette édition en DVD, *DSK, Hollande, etc.* traite de la présidentielle de 2012. Les noms et les lieux ont changé... mais pas les méthodes. Les réalisateurs montrent comment les principaux médias coordonnent une campagne et sélectionnent leurs candidats, accentuant la bipolarisation et la personnalisation de la vie politique favorisées par les institutions de la V^e République. Au menu: mépris des « petits » candidats, orchestration des débats, délimitation des sujets de discussion, mise en scène de la compétition électorale sur le modèle d'une course hippique.. à grands renforts de sondages et de commentaires de sondages. Si les médias en question contribuent à dépolitiser le débat politique, ils se comportent en même temps en fervents défenseurs d'un statu quo idéologique, politique et institutionnel: illustration en images.

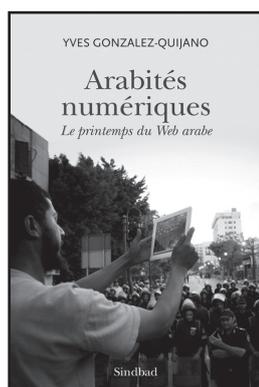
Une enquête de Julien BRYGO, Pierre CARLES, Nina FAURE et Aurore VAN OPSTAL, 83 min., 2012.
DVD à commander sur le site: www.athes.org, 15 €.

LES PATRONS DE LA PRESSE NATIONALE. TOUS MAUVAIS

LE LIVRE de Jean Stern présente un véritable panorama critique de la presse nationale, de l'après-guerre à nos jours. On y lira notamment comment les groupes Hersant, Hachette et Havas, tous trois collaborateurs avec l'occupant, ont construit leurs empires respectifs, en bénéficiant de la protection du pouvoir mitterrandiste. Et à quel point leur prospérité, fondée sur une très forte augmentation des recettes publicitaires pendant les années 1980 et 1990, s'avère fragile, puisque font défaut l'attention prêtée aux lecteurs, ainsi qu'une politique cohérente dans les domaines de l'imprimerie et de la distribution. Quant aux « *journalistes managers* » (comme Colombani, Plenel, July...), ils ont, selon l'auteur, plutôt été les fossoyeurs des quelques structures qui donnaient à la rédaction un droit de contrôle, se sont lancés dans des investissements catastrophiques et ont livré à des industriels ou des banquiers leurs journaux respectifs. Ces derniers patrons seraient-ils des mécènes? Jean Stern soutient que les pertes enregistrées par les journaux sont profitables à leurs propriétaires, puisqu'elles viennent en déduction des impôts de l'ensemble de leur groupe. On lira aussi avec intérêt « *Comment règnent les propriétaires* » et quelle est la situation économique et successorale des familles Amaury, Bolloré, Bouygues, Hersant, Perdriel, Prouvost et Berlusconi. Enfin, l'auteur décrit comme un avenir possible la généralisation des « *fermes de contenu* » : ces agences de presse qui « *produisent au kilomètre des articles revendus à bas coût, du journalisme low cost sur des contenus secondaires.* »



Jean STERN, éditions La Fabrique, octobre 2012, 210 p., 13 €.



ARABITÉS NUMÉRIQUES. LE PRINTEMPS DU WEB ARABE

CESSAI met en question le rôle joué par (et attribué à) Internet dans les soulèvements arabes du printemps 2011, pour le réévaluer dans une perspective plus large : l'émergence, notamment au sein de la jeunesse, d'une nouvelle culture arabe. Et pour soutenir une hypothèse forte, dont ces lignes, extraites de la conclusion, permettent de cerner l'objet et les enjeux : « *les réseaux numériques – et c'est encore une des leçons du Printemps – font apparaître un autre monde arabe, à proprement parler "virtuel", ou encore en puissance. Son existence n'est pas déterminée par la seule géographie. Espace fluide, il ne s'arrête pas aux barrières physiques et aux frontières. Il rassemble les "emmurés" palestiniens aussi bien que les émigrés des multiples diasporas. Quel que soit leur destin, les manifestations qui ont parcouru toute la région durant l'année 2011 ont révélé son existence, et c'est en ce sens qu'on a pu parler à juste titre d'un "Printemps arabe" : les nouvelles techniques numériques informent un nouveau monde arabe qui ne se réduit pas à la seule affirmation politique. En négatif, on pourra dire que c'est une patrie de substitution, à l'image de ces critiques qu'on adresse à une jeunesse qui s'enferme dans ses réseaux sociaux pour échapper aux impasses de son présent. À l'opposé, on affirmera que les soulèvements du monde arabe ont montré, en dépit des défaites électorales et des difficultés à mettre en place un nouvel ordre politique, l'espoir que portent en elles ces nouvelles arabités numériques.* »

Yves GONZALEZ-QUIJANO, éditions Actes Sud, octobre 2012, 190 p., 18 €.

LA PRESSE EN LIGNE

PARU en mars 2011, cet ouvrage faisait le point sur une nouvelle forme de médias d'information, non sans prendre le risque de devenir rapidement périmé, tant le paysage de la presse en ligne se modifie rapidement. Pourtant, parce qu'il fournit des repères essentiels pour évaluer les évolutions ultérieures, il reste très actuel. Le cadre juridique de la presse en ligne, ses principales formes, ses structures, ses principaux acteurs sont passés sobrement en revue. On retiendra particulièrement le chapitre consacré au modèle économique de cette presse, ainsi que celui qui s'efforce de cerner ses publics et ses contributeurs.



Jean-Marie CHARON et Patrick LE FLOCH, éditions La Découverte, mars 2011, 126 p., 10 €.

MÉDIA(BOU)TIQUE

LIVRES D'ACRIMED

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



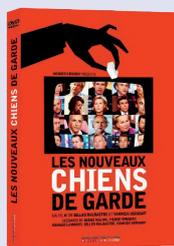
MÉDIACRITIQUE(S)



Au n° : 5 €. Le lot des 5 premiers n°s : 15 €.

- n° 1: *Attention Sondages!* – n° 2: *Sexisme médiatique*
n° 3: *Médiatisation, piège à cons* – n° 4: *Amour, sport et beauté*
n° 5: *Pédagogies médiatiques*

LES NOUVEAUX CHIENS DE GARDE



17,90€ le DVD, frais de port compris.

AUTOCOLLANTS (CONÇUS ET RÉALISÉS PAR SÉBASTIEN MARCHAL)



Adhérer
Acheter en ligne
www.acrimed.org

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

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

>> Je commande

- Le(s) livre(s) n° d'Acrimed, aux éditions Syllepse : 7 € pièce, frais de port compris.
- Le(s) n° de *Médiacritique(s)* : 5 € le n°, frais de port compris.
- L'offre spéciale : Les 5 premiers n°s de *Médiacritique(s)* : 15 €, frais de port compris.
- Le DVD des *Nouveaux Chiens de garde* : 17,90 €, frais de port compris. (Commandes groupées : nous contacter.)
- Des autocollants : prix libre (min. 2 € pour frais de port). Indiquez vos préférences grâce aux numéros.

Nom : Prénom :

Adresse :

Code postal : Ville :

Téléphone : Email :

Signature :

Bulletin à découper, photocopier ou recopier sur papier libre,
et à renvoyer, accompagné d'un chèque à l'ordre de « **Action-Critique-Médias** », à l'adresse suivante :
Acrimed – 39, rue du Faubourg-Saint-Martin – 75010 Paris

Tél. : 09 52 86 52 91 — Email : admin@acrimed.org

LA NUIT DES NOUVEAUX CHIENS DE GARDE



C'était l'événement de ce mois de novembre, au moins pour les adeptes de la « critique radicale des médias », venus fêter, autour de quelques têtes d'affiches de la contestation tous azimuts, la sortie en DVD (!) du film de Gilles Balbastre et Yannick Kergoat, *Les Nouveaux Chiens de garde*, adaptation du roman éponyme de Serge Halimi. Se targuant de « l'une des meilleures fréquentations de ces cinq dernières années » pour un documentaire, le film a connu un succès relatif en salle : avec ses 200 000 entrées, il fait en effet pâle figure à côté, par exemple, des presque 3 millions d'entrées pour *Océans*, que tout le monde a encore en mémoire.



À l'entrée de la salle, pleine à craquer selon les organisateurs, l'ambiance ne semble pas franchement au rendez-vous.



La Laisse d'or, de sinistre mémoire.

Le principe de la soirée était simple, sinon simpliste : il s'agissait d'attribuer la « Laisse d'or » – récompense d'un goût douteux inventée naguère par le défunt PLPL (*Pour Lire Pas Lu*, sorte de *Je suis partout* des années 2000¹) – au meilleur « éditocrate », sur la base de « plaidoyers » assurés, pour l'essentiel, par une cohorte de militants d'extrême gauche en mal de notoriété. On l'aura compris : en fait de plaidoyers, des portraits exclusivement à charge, d'autant plus virulents que les accusés n'étaient pas là pour se défendre. Quant au résultat du vote, il laisse songeur : Les douze « chiens de garde » jetés en pâture à un public chauffé à blanc ont fini ex aequo, et devront se partager la Laisse d'or. C'est que tous se valent, sans doute, puisqu'ils se tiennent par la main et la barbichette : le mot « complot » n'est jamais prononcé, mais il est dans toutes les têtes. Gageons que cette odieuse décoration n'entamera pas la détermination de nos illustres confrères à penser librement, contre eux-mêmes, contre tout le monde s'il le faut, et à continuer de le prouver en tout temps et en tout lieu.



Les militants en profitent pour financer leurs groupuscules.

¹ Un spécialiste de la question a très bien décrit sa « rhétorique empruntée à l'extrême droite qui rappelle parfois la propagande antisémite de la fin du XIX^e ou des années vingt ou trente » (*Revue française de sociologie*, vol. XLV, n° 4, 2004, p. 649).

» Ils ont dit...

(mais ont préféré garder l'anonymat)



Nicolas, étudiant au CFJ
« C'était même pas gratuit pour les journalistes, et on n'a pas pu rentrer. On devait faire un reportage sur la soirée, tant pis ! »



Joseph, gardien de square
« Personnellement, ça m'a rappelé les heures les plus sombres de l'Histoire. »



Philippe, penseur
« Les progrès de cette doxa critique dans la gauche de la gauche m'inquiètent, car ses automatismes manichéens font le jeu de la droite de la gauche et entravent le travail de reconstruction intellectuelle d'une vraie gauche de gauche, même si c'est plus complexe. »

