

Ni rire, ni pleurer, ni haïr : critiquer les médias - A propos d'une note de blog de Jean-Luc Mélenchon

jeudi 15 mars 2018, par [BOLLENOT Vincent](#) (Date de rédaction antérieure : 9 mars 2018).

Sommaire

- [« Les médias » ne mentent pas](#)
- [Parti médiatique ou socialisat](#)
- [Des histoires de mœurs ?](#)
- [La haine ?](#)
- [En dernier ressort... et seuleme](#)
- [Ni « CIA médiatique », ni «](#)
- [Pour un Front commun de \(...\)](#)

Dévoiler les contraintes cachées qui pèsent sur les journalistes et qu'ils font peser à leur tour sur tous les producteurs culturels, ce n'est pas – est-il besoin de le dire ? – dénoncer des responsables, mettre à l'index des coupables. C'est tenter d'offrir aux uns et aux autres une possibilité de se libérer, par la prise de conscience, de l'emprise des mécanismes et proposer peut-être le programme d'une action concertée [...].

(Pierre Bourdieu, *Sur la Télévision*, Paris, Raison d'Agir, 1996)

Depuis plusieurs jours, une certaine « critique des médias » semble avoir le vent en poupe – ou répandre son venin selon les versions – se cristallisant sur les relations que la France Insoumise et Jean-Luc Mélenchon entretiennent avec le champ médiatique, ou sur les rapports des médias avec cette force politique.

Toute forme de domination, tout ordre établi, est médiatisé et, partant, reproduit, consolidé et légitimé par sa médiatisation. Combattre les injustices, c'est aussi combattre les mauvaises conditions de leur médiatisation, qui empêchent de la percevoir pour ce qu'elle est. Pour nous qui militons pour la transformation sociale, la question de la critique des médias est donc une question politique centrale. Mais pas avec n'importe quels mots.

Jean-Luc Mélenchon a récemment proposé une note de blog dont une bonne partie était consacrée à la critique des médias, interpellant donc sur cette question et la façon de la politiser. Ces notes de blog ne peuvent être considérées comme des déclarations de meeting pour susciter l'enthousiasme, ou comme des tweets piquants pour régler son compte à un éditocrate. Relativement longues, publiées environ une fois par semaine, elles ont pour ambition de prendre de la hauteur par rapport aux polémiques les plus immédiates et de proposer des montées en généralité, des éléments de fond pour contribuer au débat politique, y compris, comme c'est le cas ici, en période de mise en difficulté politique. Chaque mot en est donc pesé, loin du « billet d'humeur ». Au moment où la France Insoumise est mise en cause à propos de ses comptes de campagne par France Info, Jean-Luc Mélenchon propose donc de prendre le temps de « réfléchir et de penser notre rapport [aux médias] ».

Et c'est bien parce que c'est une discussion de fond qu'il engage que ses lignes consacrées à la critique des médias méritent discussion.

« Les médias » ne mentent pas

Assurément, des journalistes mentent. Peut-être même que certain-e-s font du mensonge et de la mauvaise foi leur fond de commerce. En revanche, le mensonge n'est pas une tare ni particulière aux journalistes, ni structurant le champ médiatique. Au contraire, l'histoire de la construction de la profession de journaliste montre qu'elle s'est constituée précisément sur le principe de la recherche de la vérité et contre les marchand-e-s de boniments (Christophe Charles, *Le siècle de la presse*, Paris, Seuil, 2004).

Pourtant, c'est bien la critique du mensonge qui constitue le premier point de la note de blog de Jean-Luc Mélenchon, et qui est actuellement en vogue chez certaines figures de la France Insoumise. Or, qu'est ce qu'un mensonge intentionnellement destiné à nuire sinon une tentative de complot ? Dès lors que selon Jean-Luc Mélenchon, l'objectif de ces mensonges, concertés, est de faire vaciller la France Insoumise : « Un pur coup monté », écrit-il. Ces affirmations récurrentes finissent par faire circuler des notions mal définies, souvent inadaptées. Ainsi de Jean-Luc Mélenchon qui rebaptise le service public de l'information « France Info ». Ainsi aussi de Sophia Chikirou, co-fondatrice du Média, directrice de la communication du candidat de la France Insoumise pendant l'élection présidentielle 2017, qui n'hésite pas à parler de « journalistes français propagandistes » pour qualifier la couverture médiatique de l'actualité syrienne.

Utiliser le terme de « propagande » de façon nuancée et sur la base de définitions solides comme le fait Noam Chomsky (*La fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Agone, 2008), pourquoi pas ? Ce n'est assurément pas l'exercice auquel se livre Sophia Chikirou.

De la même manière, le champ lexical du mensonge parsème la note de blog de Jean-Luc Mélenchon, jusqu'à aboutir au vocabulaire du complot. « Encore une grosse manipulation », s'exclame-t-il au sujet d'une enquête qu'il juge bâclée et qui, de toutes pièces, « crée l'affaire ». Plus haut, il s'indigne pour dénoncer « une affaire montée [par un journal allemand à propos de l'actualité politique allemande] de toutes pièces par un grand média avec des faux », mettant ceci en regard avec sa mise en lumière par l'épinglage (infondé selon lui) de ses comptes de campagne par France Info.

Dénoncer les mensonges et le relais d'informations non-vérfiées lorsqu'elles existent est nécessaire. Mais n'est-ce pas rassurant que les comptes de campagne soient passés au peigne fin par les journalistes ? Bien plus, prêter des intentions à une profession dans son ensemble sur des bases conceptuelles et empiriques fragiles, à terme n'alimentera que le complotisme et une défiance généralisée : la critique des médias ne sortira pas grandie par le slogan « médias propagandistes ». Ne jouons pas les mimes de Nicolas Sarkozy, qui se plaignait en son temps d'être maltraité par les journalistes car « tous les médias sont de gauche ».

Parti médiatique ou socialisations journalistiques ?

Précisément, cette idée selon laquelle tous les médias seraient de droite (y compris, surtout dans son versant macronien) est omniprésente dans la note de Jean-Luc Mélenchon, qui suppose une organisation particulière aux journalistes, visant spécifiquement à servir les intérêts du pouvoir en place, et donc à nuire à ses opposants. C'est ce qu'il appelle le « parti médiatique ». La dénonciation

d'un tel « parti » est devenue monnaie courante parmi certaines figures de la France Insoumise, comme le montre ce post Facebook de Jean-Luc Mélenchon, ou ce tweet de Sophia Chikirou.

Là encore, il peut exister parfois des pratiques corporatistes, comme dans d'autres professions. Mais celles-ci ne sont opérantes qu'en dernière analyse, et la profession ne peut être présentée comme structurée par le corporatisme. Bien plus, évoquer un « parti », si les mots ont encore un sens, a une signification encore plus forte, supposant une cohérence idéologique, des pratiques et des lieux de concertation communs.

Que nous dit Jean-Luc Mélenchon de ce « parti » ? « Beaucoup d'amis n'ont pas encore compris que nous n'avons pas d'autre adversaire concret que le « parti médiatique ». Lui seul mène bataille sur le terrain, en inoculant chaque jour la drogue dans les cerveaux. Ce ne sont pas les autres militants politiques, ceux des autres partis. Ils sont inexistantes sur le terrain et restent à portée de polémique. » Et de conclure, sans ironie : « Le pouvoir médiatique est d'essence complotiste ».

Une telle affirmation pose toute une série de problèmes, et en premier lieu celui de la définition de ce « parti médiatique », qui rompt avec la notion de « médias dominants », préférée par la critique des médias de Pierre Bourdieu à Acrimed, du *Monde Diplomatique* aux films de Pierre Carles. L'expression de « médias dominants » nous apprend d'emblée que seule une fraction d'un champ plus large est désignée. Cette fraction est donc dans un rapport de force avec les autres composantes - dominées, donc - du champ médiatique. Il s'agit d'une perspective relationnelle et dynamique, ouvrant la porte à l'idée selon laquelle il y a des intérêts, des convictions et des méthodes concurrentes au sein de ce camp. L'expression de « parti de la presse et de l'argent », employé plus avec humour que comme concept par Acrimed et *Le Monde Diplomatique* vise quant à elle à mettre en lumière les collusions qui existent entre les grands capitalistes, propriétaires des moyens de production de firmes transnationales, et les investissements dans le secteur de la presse, où ils constituent des monopoles. Loin de l'évocation systématique d'un « parti médiatique » un et indivisible...

On passera sur la présentation approximative qui est faite des autres forces politiques, qui paraissent immobiles, pour se concentrer sur la question de la critique des médias en évoquant le second problème que soulève le texte de Jean-Luc Mélenchon : les médias « inoculent chaque jour la drogue dans les cerveaux ». D'une part, l'affirmation balaie d'un revers de main tous les travaux de sociologie de la réception qui ont montré que les usagers des médias ne sont pas des récepteurs et réceptrices passives (Vincent Goulet, *Médias et classes populaires*, Bry-sur-Marne, INA éditions, 2010). D'autre part, tout travail de journalisme est totalement aplati, uniformisé, dans un même parti de conspirateurs. Les flashes de BFMTV et les reportages de « cash investigation » sont-ils les différents dealers d'un même opium ?

En dernier lieu, Jean-Luc Mélenchon dénonce les polémiques dont certains médias sont friands. Effectivement, la culture du buzz et des clashes est critiquable, puisqu'elle tend à éblouir par la forme, rendant aveugle au fond - ou à l'absence de fond. Pourtant, tout en boycottant certains canaux, Jean-Luc Mélenchon a lui-même choisi d'adhérer à ces formes de médiatisation pour diffuser ses mots d'ordre, et, partant, de les reproduire.

La critique d'un « parti médiatique » est insuffisamment politique. Elle dénonce plus qu'elle ne critique, elle pointe du doigt des effets plus que des causes, et de ce fait sape le travail de critique politique des médias que d'autres mènent et qu'il a lui-même déjà mené auparavant. La critique de l'idéologie est souvent une critique idéaliste, et si nous devons la prendre en compte, c'est toujours en contexte. Ainsi, Alain Accardo (*Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, Marseille, Agone, 2007) s'est penché sur l'idéologie dominante des journalistes, y compris des précaires, des salarié-e-s dominé-e-s, en démontrant le rôle que, sur le temps long, le foyer social de recrutement majoritaire

de la profession, le parcours au sein des écoles de journalisme, puis la rencontre des normes qui structurent la profession dans des stages, des emplois précaires, constituaient parmi d'autres des socialisations propices au conformisme professionnel et à l'adhésion aux mythologies de la profession, y compris idéologiques. Mais, écrit l'auteur, dans ce système de reproduction, des failles existent et il nous faut les exploiter pour participer au renversement de l'ordre établi dans les médias, et de l'ordre social que les médias dominants contribuent à (r)établir. Chez beaucoup de journalistes (jeunes notamment), la bonne foi, les convictions sociales, le sérieux des valeurs journalistiques dominant, et la vie au contact de chefferies éditoriales qui font peu de cas du pluralisme, de la liberté d'expression, de l'enquête de terrain, sont une souffrance.

Des histoires de mœurs ?

Il y aurait donc là de quoi politiser la question des conditions de production des contenus médiatiques, main dans la main avec une fraction de la profession. Au lieu de cela, Jean-Luc Mélenchon se coupe d'elle en mettant en avant des jugements moraux, forts peu explicatifs et certainement peu mobilisateurs. Il dénonce ainsi « l'ampleur de la décomposition morale et professionnelle de ce milieu » et, plus loin, « les mœurs délétères des principales salles de rédaction [qui] rendent aussi l'atmosphère irrespirable en interne. » Il donne finalement aux « rebelles » des salles de rédaction le seul rôle d'informateurs « à [sa] disposition ».

Sur ce plan, il ne faut rien lâcher : les critiques morales ne nous apportent ni pour expliquer rigoureusement les conditions de production de l'information, ni pour mobiliser pour leur transformation. Pire, ce registre est contreproductif puisqu'il tend à produire les effets qu'il dénonce. Il est évident qu'en insultant les journalistes, les intéressé-e-s n'accorderont pas leurs sympathies à celui qui tantôt les insulte, tantôt les paterne. Plus encore, cette tonalité écarte de la discussion les arguments rationnels portant sur l'organisation du secteur, structurant les contenus médiatiques.

En effet, au contraire de ce qu'affirme Jean-Luc Mélenchon, si l'état moral du champ médiatique est inquiétant, ce n'est parce que les travailleurs et travailleuses précaires ou dominé-e-s de ce champ subissent des conditions de travail déplorables... qui leur plombent le moral ! Pour tout journaliste, le décalage entre les (estimables) aspirations à alimenter le débat démocratique se confronte à la réalité de la pression des chefferies, des conditions difficiles de réalisation de leur travail.

Dans le registre de la critique morale des médias, depuis plusieurs semaines Jean-Luc Mélenchon propose la création d'un conseil de déontologie des journalistes. Dans cette note, il renvoie ainsi vers la pétition qu'il a lancée en ce sens. Les critiques des manquements à la déontologie peuvent, dans certains cas, avoir leur utilité. Mais encore une fois, il s'agit là de s'attaquer aux effets en ignorant les causes. Les chartes professionnelles et autres conseils d'éthiques existent déjà, avec des résultats décevants, et ce pour plusieurs raisons (autres que celle de la composition de ces comités par des journalistes fort peu recommandables). D'une part, si la profession se constitue autour de règles pour éviter le grand n'importe quoi que l'auteur de la note de blog évoque, il convient de ne pas tuer dans l'œuf toute créativité professionnelle par l'imposition de règles inadaptées basées sur des valeurs morales discutables. D'autre part, une telle démarche qui vise à contrôler des effets, sans considération pour les causes, est vouée à l'échec. Les « manquements » à une « déontologie » supposent des individus libres qui, délibérément, choisissent de trahir la vertu professionnelle.

Les journalistes ne sont pas libres. Ils ne sont libres ni de suivre une déontologie ni de la trahir : leur comportement est avant tout l'effet de la structuration de leur milieu professionnel. Si des fautes morales sont possibles, c'est que leurs conditions de réalisation sont posées. Ces conditions de

réalisation ont des noms : marchandisation de l'information, mise en concurrence outrancière des différents médias, effets de hiérarchisation dans le champ médiatique valorisant les individus (plutôt masculins) considérés comme charismatiques, concurrence exacerbée au sein même des équipes, fragilité et précarité des situations professionnelles dans ce champ ultra-concurrentiel.

La haine ?

On comprend l'hostilité que peut susciter la moralité polluée des journalistes. Jean-Luc Mélenchon écrit ainsi : « la haine des médias et de ceux qui les animent est juste et saine » avant de prétendre rationaliser cette colère. De même, lorsque des contenus médiatiques vont à l'encontre des intérêts de la France Insoumise, Jean-Luc Mélenchon avoue qu'il doit faire un effort sur lui-même pour « ne pas [se] laisser submerger par la haine », avant de concéder une nuance : la haine serait une « victoire de l'ennemi ».

La haine est surtout une défaite de la critique. Et sur ce terrain également, il convient de récuser la stratégie de Jean-Luc Mélenchon. La critique des médias ne saurait se confondre avec la haine des journalistes. Que des « journalistes » soient détestables, c'est une évidence. Les pitreries de certains les rendent détestables, c'est compréhensible. Réaction compréhensible, mais bien distincte de la détestation de l'ensemble d'une profession. La critique de gauche des médias a jusqu'ici travaillé à distinguer le geste critique de la détestation, considérant les attaques *ad hominem* utiles seulement pour attaquer des positions dans un système, et critiquant l'ensemble du champ au nom d'un journalisme émancipé et émancipateur.

Plutôt que la haine qu'invoque Jean-Luc Mélenchon, proposons des alliances avec tou-te-s les médias alternatifs et les rédactions en lutte, des rencontres avec les journalistes atterrés par l'état de leur profession, avec les syndicats attachés aux fondamentaux du journalisme, à l'information rigoureuse, pluraliste et à l'expression libre.

En dernier ressort... et seulement en dernier ressort.

Ces journalistes en lutte se soulèvent, notamment contre l'organisation capitaliste du secteur médiatique. Cette organisation a de nombreuses implications, dont une seule est évoquée par Jean-Luc Mélenchon : « neuf milliardaires payent cher pour qu'une armée de plumes et de lecteurs de prompts jaspent dans les micros les derniers ragots qui peuvent être dégainés ».

Si la critique de la propriété des médias doit être mobilisée, celle-ci ne doit pas être aussi incantatoire que celle que propose le leader de la France Insoumise qui tombe dans le travers de l'économicisme, dénoncé en son temps par Pierre Bourdieu. Si la propriété de tel ou tel média peut expliquer la production de tel ou tel contenu, c'est en dernier ressort, et seulement en dernier ressort. Le nom du propriétaire, le montant des subventions ou la place des annonceurs, avançait le sociologue, peut expliquer une partie des phénomènes observables dans le champ. Mais seulement une partie, et seulement en dernière analyse.

Les dynamiques déjà évoquées (hiérarchies dans les rédactions, précarisation du métier, foyer social de recrutement, socialisations dans des écoles, décalage entre les aspirations et les possibilités offertes par le champ) sont bien plus explicatives que la seule détention du capital, et ce y compris dans une perspective anticapitaliste et matérialiste.

Ni « CIA médiatique », ni « quatrième pouvoir ».

Cet économicisme de la critique de Jean-Luc Mélenchon va de pair avec sa conception de la liberté d'expression. Pour lui, « la presse est ainsi la première ennemie de la liberté d'expression qui ne se confond pas avec la liberté de « tout répéter » ni avec le délire névrotique de la transparence absolue que réclament les médias (et qu'ils ne s'appliquent pas à eux-mêmes). » Plus loin, il franchit un pas de plus en dénonçant « une sorte de CIA médiatique vouée à propager les dénonciations, même pas très anonyme dans notre cas et à organiser des « coups » déstabilisateurs ».

Certains médias peuvent être au service de machinations : on peut ainsi se souvenir du rôle des médias privés dans le coup d'État orchestré en 2002 au Venezuela par ladite CIA. Mais il doit aussi être clair que la dénonciation de ces rares collusions qui donnent aux journalistes le rôle de policiers politiques ne peut sous aucun prétexte être érigée en critique du système médiatique. Non, les journalistes ne sont pas des policiers.

Pour autant, les journalistes (dominant-e-s en particulier) ne sont pas les défenseurs et les défenseuses autoproclamé-e-s de la liberté d'expression qu'ils et elles se targuent si souvent d'être. Et ceci parce que les structures actuelles du champ médiatique ne permettent pas aux journalistes d'exercer la liberté d'expression pourtant évoquée comme un leitmotiv.

Mais au lieu de les balayer d'un revers de main, prenons les volontés journalistiques au sérieux. Ils et elles disent liberté d'expression ? Vérifions. Ils et elles disent pluralisme ? Voyons donc. Et puisque nous constatons que la liberté d'expression et le pluralisme ne sont pas des réalités, luttons pour que soient établies les conditions pour qu'elles adviennent enfin.

Pour un Front commun de la critique (politique) des médias.

La critique des médias est plus que jamais nécessaire, et l'initiative que prend Jean-Luc Mélenchon de poser la question sur le terrain politique peut être intéressante. Pas étonnant qu'elle ait reçue mauvais accueil dans les chefferies ! Mais, en l'état actuel, on ne saurait en partager les termes, ni accepter de mettre l'accent là où le député de la France Insoumise le place. Nous devons nous efforcer de trouver (ou de reprendre lorsqu'ils ont déjà été formulés) les termes d'une critique des médias toujours politique (et jamais morale), toujours systémique (et jamais complotiste) fondée sur l'histoire et la sociologie critique des médias (et pas sur des jugements à l'emporte pièce). Soyons radicaux au sens plein du terme, prenons les problèmes à leurs racines ! De même que nous refusons de prendre pour argent comptant les autocongratulations médiatiques qui parent les journalistes de toutes les vertus démocratiques, n'acceptons pas de haïr, détester et mépriser « les journalistes ».

À la France Insoumise et ailleurs à gauche, la critique des médias est un sujet capital et sur lequel nous devons continuer et intensifier les luttes, ensemble, même lorsque nous avons des divergences de stratégies, voire parfois d'analyse. Sur le terrain de la critique des médias, participons à la construction d'un front de lutte avec les structures qui depuis des décennies se battent. Car pour faire advenir un autre monde, d'autres médias sont nécessaires.

Vincent Bollenot

P.-S.

* <https://www.ensemble-fdg.org/content/ni-rire-ni-pleurer-ni-hair-critiquer-les-medias>