

OBSERVATIONS prononcées à la suite de la communication d'Henri Pigeat (séance du lundi 18 octobre 2010)

**Bernard d'Espagnat :** Je m'associe pleinement au caractère pessimiste, sévère, de votre exposé. Permettez-moi à ce propos de rappeler la façon dont un de vos « anciens », le grand journaliste Georges Suffert, caractérisait les médias, disant qu'ils étaient « irrémédiablement puérils ».

\*  
\* \*

**François d'Orcival :** J'aimerais revenir sur deux points : l'extrême variété des médias que vous avez soulignée, et la vaine tentative de ces mêmes médias à vouloir exercer un authentique pouvoir. Or, malgré l'extraordinaire multiplicité des moyens de communication – presse imprimée, audiovisuelle, internet – nous observons non pas une grande diversité d'opinions, mais un formidable conformisme de l'opinion, notamment médiatique. En outre, ces médias qui prétendent exercer une influence politique, et peser sur la démocratie, n'y parviennent jamais, comme le résultat des élections le démontre. Nous voici donc en présence d'une opinion publique travaillée par les médias et qui, pourtant, conserve son bon sens et fait ses propres choix. Ainsi, bien qu'ils le croient souvent, les médias n'exercent nullement un véritable pouvoir. Mais alors, où est le pouvoir ?

\*  
\* \*

**Jean Baechler :** Partant du produit final, c'est-à-dire les élections – puisque nous parlons de démocratie –, connaissez-vous des études sérieuses, faites à intervalles réguliers dans les démocraties occidentales, qui permettent de démontrer que les médias ont une influence perceptible, d'une part, sur les choix des électeurs et, d'autre part, sur les résultats des élections ? Spontanément, j'aurais tendance à considérer que tout cela n'est qu'une illusion, entretenue par les journalistes qui ont de surcroît réussi à persuader les hommes politiques que les médias comptaient. Or ce dernier point n'est nullement démontré. Tocqueville avance, quelque part et en substance, que des gens assaillis d'informations pléthoriques et divergentes prennent spontanément refuge dans leurs propres préjugés. Ajoutons que, soumis à une propagande exclusive, ils inclinent, par souci de protection, à ne croire rien de ce qui leur est asséné. Bien plus, toutes les enquêtes montrent que les deux professions les plus méprisées dans nos démocraties sont, premièrement, les politiciens et, deuxièmement, les journalistes.

\*  
\* \*

**Alain Besançon :** Il me semble qu'en Italie, il y a très peu de différence entre *La Repubblica*, qui est un journal censé être de gauche, et *Il Corriere*, qui est un

journal censé être de droite. En Belgique, on peut faire le même constat. En Angleterre, il semble aussi qu'il en aille de même. En revanche, en France, il existe un fossé entre la presse et l'opinion française telle qu'elle se manifeste lors des élections, avec un décalage de la première vers la gauche et l'extrême-gauche, ce qui me paraît être un cas unique en Europe. Quelle est la cause de ce phénomène ?

\*  
\* \*

**Emmanuel Le Roy Ladurie :** Voici un exemple de la non-influence à peu près totale des médias. De 1800 à 1900, la natalité française est tombée de 40 à 20 pour 1000. Aucune propagande d'aucune sorte n'a poussé à cette évolution extraordinaire. Tout s'est passé dans le secret des alcôves, des maisons de prostitution et des régiments.

\*  
\* \*

**Jean-Claude Casanova :** Si l'on s'en tient à la presse écrite et que l'on considère les divergences de celle-ci en France, ou plutôt à Paris, on peut relever une particularité française, à savoir que *Le Figaro* appartient à un avionneur dépendant des commandes de l'État, que *Libération* appartient à la famille Rothschild et que *Le Monde* est désormais la propriété d'un associé gérant de Lazard, d'un entrepreneur d'électronique et d'un riche homme d'affaires. Il apparaît donc qu'il y a en France unité du capital et diversité des opinions.

\*  
\* \*

**Pierre Delvolvé :** Vous avez souligné le lien qui existe entre la publicité et l'information. Or nous savons que désormais, au moins sur la chaîne publique, la publicité est très limitée. Cela pourra-t-il avoir une conséquence sur un changement de présentation de l'information ?

Ma deuxième question porte sur la possibilité d'établir une distinction entre l'information qui porte sur l'actualité et l'information que j'appellerai information-réflexion, c'est-à-dire une information qui comporte plus de distance par rapport à la présentation quotidienne des événements, avec tout ce que cela peut comporter de sensationnel.

Une autre distinction me paraît fondamentale. Il s'agit de celle qui existe entre les médias classiques et les médias nouveaux, plus particulièrement Internet. Internet est en effet un média à la disposition de tous, des professionnels aussi bien que de tout un chacun. Ne croyez vous pas qu'il est nécessaire de bien distinguer médias professionnels et médias d'amateurs ?

Enfin, vous avez souligné l'importance de la rumeur qui se propage à travers les médias. Y a-t-il vraiment un changement de nature avec la propagation des rumeurs grâce aux instruments modernes de communication par rapport à la

propagation des rumeurs telle que Beaumarchais pouvait la décrire ou telle qu'on a pu la connaître au début de la Révolution française avec la Grande Peur de l'été 1789 ?

\*  
\* \*

**Charles Hargrove :** J'appartiens à une génération entrée dans la profession de journaliste à une époque où n'existait pas la pléthore de médias que nous connaissons aujourd'hui et où n'existait pas d'école de journalisme. Croyez-vous que l'on puisse vraiment « former » des journalistes ?

À l'époque où j'exerçais ce métier, pour l'un des tout premiers quotidiens britanniques, un candidat journaliste était quelqu'un de cultivé, en général sorti d'une des grandes universités et sachant parfaitement écrire. De nos jours, on prend comme journalistes des jeunes gens persuadés que le journalisme mène à tout à condition de s'affirmer. L'éthique du journalisme a complètement changé et j'aimerais savoir si vous estimez cette situation remédiable.

\*  
\* \*

**Marcel Boiteux :** Vous nous dites clairement que, les médias, ça ne marche pas bien. Ayant une mentalité de chef d'entreprise qui considère que quand quelque-chose ne marche pas bien il faut trouver une solution, je me pose donc et je vous pose la question : que faut-il faire ?

\*  
\* \*

**Yvon Gattaz :** Vous avez rappelé qu'il y avait autrefois trois pouvoirs institutionnels, l'exécutif, le judiciaire et le législatif. Puis se sont ajoutés subrepticement le pouvoir de la rue – que j'appelle le pouvoir des syndicats – et le pouvoir des médias. Croyez-vous qu'aujourd'hui le pouvoir des médias puisse rester en cinquième position dans un classement des pouvoirs ? Ne devrait-il pas plutôt être placé en deuxième position ? Il est en effet primordial de savoir qui détient le pouvoir dans notre pays.

Pourquoi les médias privilégient-ils toujours les mauvaises nouvelles au détriment des bonnes ? Nous connaissons tous le théorème de McLuhan « *Good news is no news* », mais ce comportement des médias n'en est pas moins déplorable.

\*  
\* \*

**Gilbert Guillaume :** Lorsque je présidais la Cour internationale de justice, j'ai tenté d'intéresser les journalistes au travail de la Cour. J'ai tenu des conférences de presse et je dois dire, à ma grande déception, que la seule qui ait connu une certaine réussite fut celle où j'avais montré à la presse les locaux où délibérait la Cour. En revanche, pour le travail de la Cour, les journalistes n'ont jamais manifesté le

moindre intérêt. L'explication qu'ils m'ont donnée de cet étrange comportement est très simple : la Cour contribue au maintien de la paix en empêchant des différends internationaux de dégénérer en conflit armé. Cela ne présente aucun intérêt journalistique, alors que les crimes et les guerres, au contraire, font la une de tous les journaux.

N'y a-t-il pas là, à votre sens, une dérive extrêmement fâcheuse ?

\*  
\* \*

### Réponses :

S'il est vrai que j'ai été sévère, je ne suis en revanche pas certain d'avoir été pessimiste car je ne crois pas que la situation des médias soit aujourd'hui pire que celle de la presse hier. Il suffit de feuilleter les recueils des journaux de 1880, de 1920, de 1930 pour découvrir une situation effarante en matière d'approximations, de fausses nouvelles, de provocations et de goût du sensationnel et du scandaleux. Ce n'est que le filtre de notre mémoire qui nous donne l'impression que tout était mieux jadis.

Il y a sans doute quelque chose d'artificiel dans le sujet que nous étudions. Nous réfléchissons aux médias comme s'il s'agissait non seulement d'une entité unique, mais surtout de quelque chose de différent de ce que nous-mêmes sommes.

Les médias réagissent en fait en fonction de l'intérêt de l'opinion. Sans doute leur arrive-t-il d'anticiper et de grossir l'information, mais il faut bien comprendre que raconter des choses fondamentales ou simplement importantes ne rencontre que peu d'intérêt de la part du public. Les médias sont un reflet de l'opinion, pour le meilleur comme pour le pire.

La presse britannique, une des plus dynamiques, diffuse quotidiennement neuf millions d'exemplaires de ce qu'on appelle joliment la « *gutter-press* », c'est-à-dire la « presse de caniveau ». En page 3 de chaque journal, on trouve systématiquement la photo d'une dame généralement assez dévêtue. Aucun acheteur britannique ne dira jamais que son achat est motivé par la page 3 et ses scandales.

Le jugement de Georges Sufferet est donc en fait assez juste. Les médias n'ont pas beaucoup de recul et font donc souvent preuve de puérilité.

Pour ce qui est de la variété des médias, il est évident qu'elle nous interdit d'en faire un bloc, une force et même un pouvoir, ce qui ne signifie pas que les médias n'aient pas d'influence. Mais nous avons affaire à quelque chose d'inorganisé, et qui tend à devenir de plus en plus informe. L'évolution des techniques accroît en effet la diversité des médias et modifie leur nature.

Ce qui est frappant, c'est le contraste entre la multiplicité des opinions et le conformisme de l'opinion globale. Souvent l'on dit que chacun consulte le média de sa préférence. Les journaux de la presse parisienne sont certes assez typés, certains sont étiquetés à droite, d'autres à gauche et certains qui se prétendent indépendants sont en fait très étiquetés. Chacun de nous se tourne vers l'un ou vers l'autre de ces journaux pour y trouver confirmation de sa propre opinion. Ce phénomène conduit évidemment à nuancer l'influence des médias.

Cette influence est difficile à identifier. On ne peut pas dire que les médias soient sans influence, mais celle-ci se situe en fait à plusieurs niveaux. Il est assez rare qu'un média impose directement une opinion ou une façon de raisonner. En revanche, il laisse une impression générale et une tonalité. Le débat sur les retraites qui agite actuellement la société nous en fournit une illustration.

Des études moins nombreuses en France qu'aux États-Unis ont été faites pour mesurer l'influence des médias sur le vote des électeurs. Il en ressort que l'impression générale que les médias diffusent à propos d'un événement reste dans la conscience ou dans l'inconscient collectif et peut influencer plus ou moins le vote des électeurs quelques années plus tard.

On a tendance à trop simplifier lorsque l'on dit que l'opinion est faite par les médias. Cela est d'autant plus vrai que le discours ou le message intellectuel passe aujourd'hui très mal dans les médias. Il est évident que pour passer à la télévision ou à la radio, il faut pouvoir dire quelque chose, non pas d'intelligent, mais de drôle, de scandaleux ou de provoquant. Le discours des vrais intellectuels a été remplacé dans les médias par le verbiage de pseudo-intellectuels spécialisés dans la vulgarisation de n'importe quel sujet.

J'observe toutefois qu'au fur et à mesure que les médias audio-visuels se développent et se diversifient, un certain nombre d'entre eux s'engagent dans des registres plus sérieux – je pense par exemple à des chaînes de télévision consacrées à l'histoire.

Pourquoi avons-nous cette particularité française de médias qui sont la propriété de grands chefs d'entreprise ? Cela tient à une bonne intention sanctionnée par les ordonnances de 1944 : on a voulu faire une presse qui fût à l'abri du marché et ne dépendît pas des puissances d'argent. L'État l'a donc largement subventionnée. C'était une bonne démarche dans la période de reconstruction de 1944-1948. Mais à la longue, les résultats ont été navrants. La France est en effet, de toutes les démocraties, le pays qui a consacré, depuis un demi-siècle, le plus d'argent aux aides à la presse tout en étant incapable d'avoir une presse forte. En effet, notre presse, longtemps hors du marché, non seulement ne parvient pas à s'exporter, mais elle est de surcroît progressivement « contrôlée » par des groupes étrangers.

La suppression de la publicité à la télévision publique me paraît être une bonne chose car, comme le montrent les exemples étrangers, les chaînes de télévision qui ne sont pas dépendantes de la ressource publicitaire ont une liberté de programmation et d'imagination bien supérieure aux autres. Mais bien entendu, l'évolution de la programmation ne saurait être aussi soudaine que la suppression de la publicité. Il faut un certain temps avant qu'un nouvel esprit ne se développe.

Quant à la rumeur, plusieurs ouvrages américains ont été publiés sur les libelles français de 1787, 1788 et 1789. On y découvre le rôle très important que ces écrits politiques ont joué dans l'arrivée de la Révolution et la façon dont les idées qui y étaient exposées se sont répandues. On constate qu'au cours du XIX<sup>e</sup> siècle, les démocraties modernes, Angleterre, États-Unis et France, se sont employées à dépasser la rumeur par une information professionnelle qui, en dépit de nombreuses imperfections, donnait au citoyen la capacité de se faire un jugement. Mais la rumeur, qui a toujours existé, n'a bien sûr pas disparu et les moyens techniques dont nous disposons aujourd'hui ne font qu'accélérer sa circulation.

Le tropisme de gauche que l'on constate largement dans la presse n'est pas une caractéristique de notre pays. Dans tous les pays, y compris aux États-Unis, la grande presse de référence est plus à gauche qu'à droite. Cela tient au fait qu'il y a dans le journalisme une sorte de réflexe naturel « contre », « anti ». Le journalisme préfère spontanément la critique à l'approbation. Ce phénomène est plus marqué en France en raison de notre tradition de journalisme littéraire et « philosophique ». Dans le monde anglo-saxon, le journalisme s'est développé sur la notion de faits ; en France, il s'est développé sur la notion d'idées.

La formation de journalistes peut se réclamer de deux traditions, celle de la formation sur le tas et celle de la formation dans les écoles. Contrairement à ce que

l'on pourrait penser, c'est en France que les écoles sont les moins nombreuses. Seuls 16 à 17% des jeunes journalistes entrant dans le métier sortent d'une école. Quoiqu'il en soit, une école ne forme jamais complètement à l'exercice d'un métier. On sait que ce n'est qu'à la sortie de l'école, quand on commence à travailler, que l'on apprend véritablement à exercer un métier. L'école de journalisme n'en est pas pour autant inutile. Elle permet de donner aux jeunes gens quelques règles – vérification des sources, présentation équilibrée, éthique, etc .. une méthode et aussi l'ouverture d'une réflexion sur les points critiques de l'exercice du métier.

À propos de l'éthique, dont nombreux sont ceux qui en dénoncent l'insuffisance dans les médias français, j'ai coutume d'évoquer Moïse qui, revenant du sommet du mont Sinaï avec les Tables de la Loi, les montre à son peuple, les lit et les commente, avant de les briser. Les Hébreux s'en émeuvent et demandent à Moïse pourquoi il les a détruites. Moïse leur répond qu'elles doivent rester dans leur esprit et dans leur cœur et non pas sur un caillou qui deviendrait une nouvelle idole. C'est exactement la même chose pour l'éthique ou la déontologie. Il ne s'agit pas d'une « loi privée » complémentaire consignée dans un code sur une étagère de bibliothèque, mais de principes que les professionnels doivent méditer en permanence et appliquer avec conscience dans leur vie quotidienne. Dans une école on doit montrer ces tables d'éthique aux élèves, puis les détruire en laissant aux futurs journalistes le soin de les reconstruire tous les jours.

Les médias ne constituent pas un pouvoir. Un pouvoir, c'est la capacité d'agir et de contraindre, faculté que n'ont pas les médias. Il est donc à mes yeux abusif de mettre sur le même plan les trois pouvoirs institutionnels et les autres, d'autant que la liste pourrait être sans fin. On peut en effet parler du pouvoir de la rue, du pouvoir syndical, du pouvoir économique, du pouvoir de l'Église, du pouvoir des artistes, etc...

Reste la question « Que faire ? » face à un tableau des médias dont l'évolution a certains aspects inquiétants. Les médias, comme on l'a dit, sont le reflet d'une situation économique, sociale et politique qu'ils subissent. Leur responsabilité propre n'en existe pas moins. C'est aux éditeurs, diffuseurs et journalistes d'en prendre conscience. Les lois donnent un cadre, mais nous faisons plutôt trop de lois en France. Il faut revenir sans cesse sur les finalités d'information des médias, sur l'éthique non seulement des journalistes mais aussi des éditeurs et sur la formation des praticiens. L'information n'est pas une distraction d'amateurs, mais un métier de professionnels.

\*

\* \*