

Texte du diaporama ayant pour thème :

L'information des citoyen(ne)s en questions

Introduction :

Pourquoi avoir précisé dans mon titre « L'information "des citoyen(ne)s" » ?

Parce que c'est en tant que citoyen(ne)s que l'accès à l'information nous importe lorsque nous parlons de démocratie. Il s'agit d'un problème civique, d'un problème politique. Savoir ce qui se passe dans notre pays, ou dans le monde, est un préalable indispensable à toute expression d'un jugement, à tout choix éclairé. Pour cela il faut avoir confiance dans les médias ou du moins dans certains médias, quelle que soit leur forme, parce qu'ils constituent une médiation indispensable entre nous et le monde.

Il n'y a pas si longtemps, en France tout était très simple : pour s'informer on écoutait la radio nationale, éventuellement Radio Luxembourg ou le "journal parlé" d'Europe n°1, radio "révolutionnaire" créée en 1955 grâce au soutien financier de l'industriel Sylvain Floirat. Et on ne regardait qu'une seule télévision, l'ORTF, l'Office de radiodiffusion française, « la voix de la France », comme disait le général de Gaulle.

Aujourd'hui la situation est incroyablement plus complexe, et c'est tant mieux. Les sources d'informations prolifèrent, il est possible de prendre connaissance d'une multitude de points de vue sur le même événement, sur les mêmes « faits »

Comment s'est effectuée cette métamorphose ?

De diverses manières, sous l'effet de facteurs qui n'étaient pas que franco-français. Mais l'année 1981 et ses suites ont indéniablement constitué un tournant. On assiste alors en effet à la libération des radios, à la diversification de l'offre télévisuelle, et quelques années plus tard, à l'apparition des télévisions privées. Ce chambardement devait conduire par contrecoup à une tentative de régulation du paysage audio-visuel et à un projet de loi dans ce sens. Il faut dire que le pouvoir socialiste, qui avait accompagné ce mouvement, se montrait en effet très inquiet de la constitution, à droite, dans la presse écrite, d'un géant de la presse, l'empire Hersant.

Dès 1984, il a donc été question de lutter contre la concentration des médias. Mais avec la cohabitation cela n'a donné lieu qu'à la loi de 1986, la loi Létotard, qui avait de grandes ambitions mais qui n'eut pas les effets escomptés initialement. Cette loi continue, moyennant de nombreuses mises à jour, à gouverner le monde des médias. Mais tout le monde s'accorde, à gauche comme à droite, pour dire qu'elle est complètement obsolète et qu'elle doit être entièrement réécrite.

En effet, en près de 40 ans, le monde des médias a été totalement bouleversé. Pas besoin d'insister : Internet, la téléphonie mobile, les blogs, les réseaux sociaux, ont fait que les sources d'information sont devenues innombrables, les informateurs n'étant plus forcément des professionnels. En même temps, - et cela peut paraître paradoxal -, tous les sondages indiquent que les Français n'ont pas confiance dans la presse et dans les médias : la révolution technologique et la communication tous azimuts ne se sont pas accompagnés du sentiment d'être mieux informé.

Il est donc légitime de se poser une série de questions :

Qu'entend-on précisément par information ?
Quelles sont les conditions matérielles de sa production ?
Comment peut-on contrôler sa qualité ? Son pluralisme ?
Est-on fondé à parler de crise ? Si tel est le cas, quelles réformes peut-on envisager ?

Et nous sommes dans une situation d'urgence : c'est du moins ce que nous disent les titres des livres auxquels je me suis principalement référé (une bibliographie plus complète figure à la fin du document).

Julia Cagé, *Sauver les médias. Capitalisme, financement et démocratie*, Paris, La République des idées/ Seuil, 2015

Julia Cagé et Benoît Huet, *L'Information est un bien public. Refonder la propriété des médias*, Paris, Seuil, 2021.

Julia Cagé, *Pour une télé libre. Contre Bolloré*, Paris, Seuil Libelle, 2022.

Nathalie Sonnac, *Le Nouveau monde des médias. Une urgence démocratique*, Paris, Odile Jacob, 2023.

À lire ces ouvrages nous sommes menacés d'être dépossédés de toute information fiable, d'être définitivement livrés à des médias manipulés par des financiers avides, indifférents à toute notion de vérité. Et c'est au point qu'on peut être amené à se demander s'il est vraiment raisonnable, d'aller à contre-courant d'une évolution que certains estiment inéluctable. D'où le plan que je vais suivre :

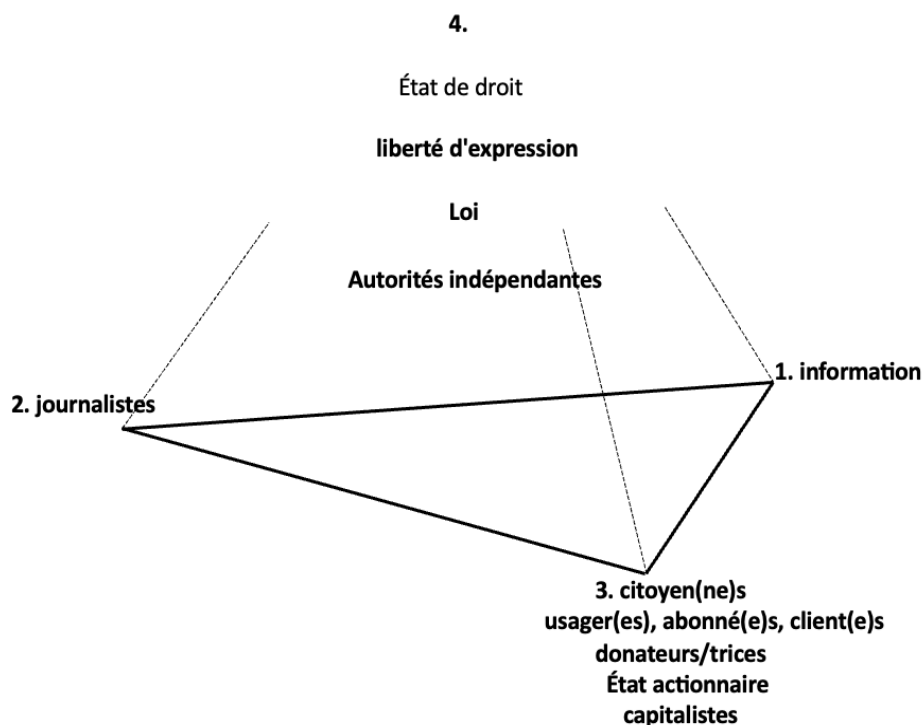
I. L'information, un bien public menacé

II. Des propositions de réformes

IV. Est-il possible et raisonnable de vouloir résister à l'évolution en cours ?

I. L'information, un bien public menacé

Pour examiner ces questions je procéderai très simplement à partir des principaux facteurs qui entrent en jeu, comme le schéma qui suit permet de le figurer :



Point 1 : l'information est un **produit spécifique** qu'on ne peut assimiler à une marchandise.

Point 2 : les **journalistes fabriquent ce produit** et assument une fonction sociale capitale.

Point 3 : ce produit est acheté par des **clients**, des citoyens/ citoyennes pour s'informer, mais ce produit a un coût élevé qui explique l'intervention de **financeurs**, de l'État (au travers du service public et des aides à la presse) ou d'acteurs privés.

Point 4. Enfin cet écosystème ne peut fonctionner sans **régulation**. L'État, non plus l'État actionnaire, mais l'État en tant qu'instance productrice de lois et de règlements, a un rôle indispensable.

Reprenons chaque point dans l'ordre que j'ai indiqué sur le schéma :

Pt. 1 L'information

Si cette information est considérée comme un **bien public**, son accès et sa qualité doivent être garantis. L'État monarchique a longtemps usé de son pouvoir pour censurer et limiter la circulation de l'information. Avec l'avènement de la République et de la démocratie, la loi votée par le peuple a permis de garantir, au bout de près d'un siècle, la liberté de l'information, la liberté de la presse.

Les textes fondateurs, figurant dans la **Déclaration des droits de l'homme**, méritent d'être rappelés :

Article 10 : « Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, même religieuses, pourvu que leur manifestation ne trouble pas l'ordre public établi par la Loi. »

Article 11 : « La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi »

Après près d'un siècle de luttes, la **Loi de 1881**, applique à la presse la reconnaissance générale de la liberté d'expression.

Son **article 1** dispose que "L'imprimerie et la librairie sont libres". Cette formule se retrouvera à chaque étape de l'évolution technologique

en 1986 : "La communication audio-visuelle est libre"

en 2004 : "La communication au public par voie électronique est libre".

La loi de 1881 a été modifiée ou complétée plusieurs fois pour encadrer cette liberté : Lois Pléven et Gayssot contre la discrimination fondée sur la race, l'appartenance à une nation ou une ethnie et contre le négationnisme.

=> **Mais il faut noter que le droit à l'information** ne figure pas en tant que tel dans la Constitution (comme d'autres droits sociaux, par exemple la santé, l'instruction).

En revanche, le **Conseil Constitutionnel a déclaré en 2011, à l'occasion d'une question prioritaire de constitutionalité (QPC)** : « La liberté d'expression et de communication est d'autant plus précieuse que son exercice est une condition de la démocratie et l'une des garanties du respect des autres droits et libertés ».

C'est un point important, car cela indique qu'il y a dans notre équipement constitutionnel, des ressources qui sont susceptibles d'être exploitées.

La notion d'information doit être précisée dans son acception exacte. En effet sa production et sa diffusion relèvent d'un régime juridique particulier ouvrant droit à des aides de l'État, à des droits spécifiques en raison du fait qu'elle est considérée comme un bien public.

Les références sont en l'occurrence le **Code du travail** et les chartes d'éthique des journalistes.

Code du travail : Une information est un contenu original « présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique »

L'information n'est pas une marchandise. Elle doit être présentée comme un savoir scrupuleusement vérifié et placé dans son contexte afin de lui donner du sens.

La qualité de l'information dépend de la compétence et de l'éthique des journalistes, mais aussi des conditions dans lesquelles ils sont amenés à exercer leur métier.

Pt. 2 Les journalistes

Là aussi il faut se référer à la loi de 1881, qui a fait l'objet de nombreuses réécritures (notamment en 2010) :

Article 2

- **Est considérée comme journaliste** toute personne qui, exerçant sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, de communication au public en ligne, de communication audiovisuelle ou une ou plusieurs agences de presse, y pratique, à titre régulier et rétribué, le recueil d'informations et leur diffusion au public. (Loi du 29 juillet 1881 modifiée le 4 janvier 2010)

Le journaliste assume une fonction d'intérêt public qui justifie un statut particulier

- **Le secret des sources des journalistes** est protégé dans l'exercice de leur mission d'information du public.

L'exigence de qualité de l'information (de son « traitement journalistique ») est un point sur lequel la réflexion n'a cessé de se déployer et qui se trouve exprimé dans les chartes de journalistes depuis le XIXe siècle : voir à ce sujet les livres de Daniel Cornu (*Journalisme et vérité. L'Éthique de l'information au défi du changement médiatique* et de Géraldine Muhlmann, *Pour les faits*, paru récemment).

La Charte d'éthique professionnelle des journalistes (Syndicat National des Journalistes, SNJ) déclare : « le journalisme consiste à rechercher, vérifier, situer dans son contexte, hiérarchiser, mettre en forme, commenter et publier une information de qualité. Cela suppose, une culture générale et une haute conscience éthique. Il incombe aux journalistes d'interpréter la portée et la signification de ce qu'ils décrivent et d'en rendre compte dans des termes conformes à la réalité en étant respectueux des personnes impliquées (qu'il s'agisse des acteurs de l'événement décrit comme des lecteurs ou des spectateurs à qui l'événement est présenté).

On peut se rapporter sur ce point à la **Charte de Munich de 1971** qui sert de référence à toutes les chartes déontologiques qui depuis ont vu le jour et qui de manière significative inverse l'ordre des termes droits et devoirs, afin de souligner la responsabilité des journalistes : « Préambule : Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

De ce droit du public à connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits de journalistes. » Cette charte a le mérite de souligner la responsabilité des journalistes qui ne doivent céder ni à l'autorité des employeurs (les patrons de presse) ni aux pouvoirs publics (l'État). Leur responsabilité est la contrepartie de leur liberté. Et leur situation est inévitablement inconfortable. Si elle le devient, c'est qu'elle traduit une complaisance, une connivence à laquelle ils ne devraient pas céder (c'est un thème récurrent de la critique des médias).

A noter qu'à partir de l'après-guerre, des Sociétés de journalistes se sont constituées, sous des formes diverses, pour défendre l'indépendance des rédactions. La première fut celle du quotidien *Le Monde*, qui fut créée en 1951 par Jean Schwœbel, l'auteur de *La Presse, le Pouvoir et l'Argent*. Elle joue un rôle important dans la gouvernance du *Monde*. D'autre part,

pour qu'ils puissent faire leur métier, les journalistes, ne doivent pas être dans la précarité (il leur faut un statut relativement stable) et il faut qu'ils aient les moyens (en temps et en argent) pour mener leurs enquêtes, leurs investigations. Cela vaut aussi pour les entreprises qui les emploient, qui doivent être viables économiquement.

Or, depuis la création d'Internet et des nouvelles technologies de l'information, le statut de journaliste a été profondément transformé. La multiplication des moyens d'enregistrement, de captation vidéo, de montage, tend à brouiller les frontières entre professionnels et journalistes d'occasion, qui interviennent ponctuellement sur un blog ou en ligne sur les réseaux sociaux. On assiste ainsi à une banalisation de l'autopublication, à une prolifération de la blogosphère, Ce qui permet de développer un « journalisme citoyen », lié ou non à un titre de média connu. On parle alors de journalisme collaboratif, participatif, etc. La frontière entre producteur d'information et lecteur tend à se dissoudre. Ce qui pose évidemment des problèmes déontologiques, éthiques, juridiques.

Mais cet essor de la presse en ligne a laissé penser (dans les années 1990/ 2000) que la gratuité (permise par la publicité) était l'avenir nécessaire de la presse, un avenir que certains jugeaient ainsi « démocratique ». Mais le constat est bien vite apparu que l'information a un prix et que sa valeur ne repose pas seulement sur la qualité éthique des rédacteurs, mais aussi sur sa « valeur ajoutée », son utilité sociale, obtenue grâce au long travail d'enquête. Le rôle des cellules d'investigation a été de ce point de vue crucial en rappelant la fonction sociale des journalistes.

Pt. 3 Les clients et les financeurs

Initialement les clients des journaux étaient pour l'essentiel des abonnés ou des cabinets de lecture qui assuraient le financement de ce qu'ils lisaient, l'éditeur pouvant y trouver un certain bénéfice.

La presse était une presse d'opinion dans laquelle des auteurs talentueux s'en tenaient à des commentaires de l'actualité proche : l'information ne coûtait pas cher. À partir du moment où le développement des transports et des communications a nécessité de rendre compte de l'actualité et des événements lointains dans des délais très brefs, le coût de production de l'information s'est accru et il a fallu d'autres moyens de financement que les abonnements. C'est alors, pour ce qui est du cas français, qu'Émile de Girardin inventa en 1836 le système de la presse de masse à double versant : achat au numéro ou par abonnements et publicité.

À partir de là les puissances d'argent pouvaient s'engouffrer et subordonner le fonctionnement de la presse à leurs appétits financiers. Sur cette pente certains sont allés très loin, les médias devenant le moyen de faire de l'argent et de faire marcher une économie n'ayant d'autre but que sa propre croissance. On pourrait suivre les diverses étapes d'une évolution qui a conduit de nombreux patrons de presse, à substituer à leur mission d'information la pure et simple promotion publicitaire.

À cet égard, on doit remercier Patrick Le Lay, patron pendant 20 ans de TF1, d'avoir eu le « courage de la vérité » dans une déclaration devenue célèbre, dont on a retenu une formule, mais qui mérite d'être connue un peu en détail :

Il y a beaucoup de façons de parler de la télévision. Mais dans une perspective *business*, soyons réalistes : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit. Or, pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages.

Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible.

Rien n'est plus difficile que d'obtenir cette disponibilité. C'est là que se trouve le changement permanent. Il faut chercher en permanence les programmes qui marchent, suivre les modes, surfer sur les tendances, dans un contexte où l'information s'accélère, se multiplie et se banalise.

La logique à l'œuvre est ici celle de la recherche cynique du profit à travers un conditionnement des usagers hypnotisés par le divertissement. L'information des citoyens est hors sujet. Pourtant si l'on examine avec sérénité le monde des médias, on se rend compte que ce n'est tout de même pas le seul modèle. Toutes les entreprises de presse ne répondent pas, heureusement, à cette logique.

Mais la question se pose constamment : pour disposer d'une information digne de ce nom, faut-il des médias « lucratifs » ou viser l'indépendance à travers des médias « non-lucratifs » ? Il existe en tout cas diverses formules juridiques dont certaines permettent de ménager une certaine indépendance des rédactions. Nous allons bien sûr les examiner.

Pour les évaluer il faut indiquer les principaux problèmes rencontrés par les entreprises de presse :

- Y a-t-il une gouvernance, une direction globale ou une séparation entre les détenteurs de capital et les producteurs de l'information (journalistes, autres personnels salariés, éventuellement usagers) ?
- Comment se répartissent les voix dans les prises de décision au sein des conseils d'administration ?
- Est-il possible de sanctuariser les capitaux du média pour éviter que ceux qui l'ont financé opèrent des reventes globales ou à la découpe, ce qui déstabilise les équipes rédactionnelles et les conduit souvent à l'autocensure ?
-

Il existe **plusieurs modes d'administration des médias**

- a) Le mode d'administration par une association
- b) Le mode d'administration par une coopérative
- b) Le mode d'administration par sociétés commerciales

a) et b) : Je regroupe les deux premiers, les modes d'administration **par une association ou par une coopérative**. Le principe de fonctionnement est dans ce cas « Un membre, une voix » ou « un coopérateur, une voix ». Il s'agit de mettre en commun les connaissances ou les activités des membres dans un but qui ne vise pas à partager des bénéfices. Un tel média, animé par des principes associatifs, est préservé par conséquent des dangers d'ingérence actionnariale.

Mais le pouvoir peut être diversement distribué. Les associations 1901 ou les coopératives peuvent introduire des aménagements dans leurs statuts. Il est possible de donner

un droit de veto à certains membres et d'instituer dans les assemblées générales des catégories de membres et des « collèges » de votants. Ainsi dans *Le Média* (émanation en ligne de LFI), les membres fondateurs n'ont pas les mêmes droits que les « membres sociétaires ».

En tout état de cause la majorité des médias associatifs se trouvent dans l'obligation d'avoir recours à des aides publiques ou à de la publicité, ce qui ne va pas dans le sens de leur indépendance.

Durant les années 90 on a assisté à de nombreuses tentatives pour lancer des médias gratuits reposant sur les abonnements et la publicité. Comme dans le domaine des radios cela a abouti le plus souvent à des rachats par des médias plus puissants (*Rue 89* par *L'Obs* de Claude Perdriel, par exemple) ou à la recherche du sensationnel et des annonceurs (ex. Agoravox).

=> Au bilan, aucun grand média, en France, n'a réussi jusqu'à maintenant à se développer sous la forme associative, sauf *La Montagne* et l'Association de soutien de la démocratie humaniste, autour de *Ouest-France* pour des raisons historiques particulières.

c) Le mode d'administration par sociétés commerciales

La plupart des médias français, qu'ils relèvent de la presse écrite ou de l'audiovisuel, sont détenus par des sociétés commerciales, principalement des sociétés anonymes (SA), des sociétés à responsabilité limitée (SARL) et des sociétés par actions simplifiée (SAS).

C'est le cas de la grande majorité des journaux (*Le Monde*, *Le Figaro*, *La Provence*, *Sud-Ouest*, etc.) et des principales radios et chaînes de télévision (TF1, M6, Canal+, Europe 1, RTL, etc.). Curieusement la société commerciale est aussi la forme juridique privilégiée de l'audiovisuel public : France Télévisions, Radio France, Arte ou France Médias Monde sont constituées sous la forme de sociétés anonymes (à capitaux entièrement publics toutefois). Cela est dû au fait que c'est le mode d'administration qui offre le plus de sécurité aux actionnaires.

Le principe de fonctionnement de la société par actions est en effet « À capital égal, vote égal ». Le pouvoir de décider appartient par conséquent à ceux qui ont apporté l'argent permettant de créer ou de développer le média. Ce mode d'administration fait évidemment l'impasse sur l'autonomie des rédactions qui sont pourtant tenues professionnellement à se conformer à La Déclaration des devoirs et des droits des journalistes (dite Charte de Munich de 1971).

D'autre part les actionnaires peuvent revendre leurs titres. Des règles encadrent en principe la vente d'un média, mais cela n'empêche pas des changements de gouvernance à l'occasion d'opérations capitalistiques. Les médias sont constamment l'objet de tentatives de prises de contrôle.

Face à ces menaces, certains médias ont tenté de trouver des moyens de **sanctuariser leur capital** en le logeant dans une structure juridique à but non lucratif.

Comment ? En donnant ou vendant les actions d'une société commerciale à un organisme philanthropique (association, fondation, fonds de dotation) qui, en droit français, ne peut, par définition, être acheté. Cette formule a été créée en 2008, principalement pour développer le mécénat dans le domaine des arts et de la culture. Cela permet d'échapper à un rachat d'actions non désiré par les équipes rédactionnelles et d'inscrire sa gestion dans le temps

long pour lui permettre de contribuer à une mission d'intérêt général, par exemple en œuvrant à l'éducation aux médias ou à la promotion du journalisme indépendant.

Des montages de ce type existent à l'étranger (par exemple pour le *Guardian* au Royaume Uni, l'*Irish Time* en Irlande, mais aussi aux États-Unis, en Allemagne, en Suisse). En France le capital de *La Montagne* a été transmis à une structure de ce type en 1989, et en 1990 ce fut le cas de *Ouest-France*.

En 2019, le journal en ligne *Mediapart*, qui désirait à tout prix garantir son indépendance, a transmis son capital à un fonds de dotation. Ce fut ensuite le cas de *Libération* en 2020, puis du *Monde*. Les fonds de dotation, dans le cas de *Libération* et du *Monde*, ont pris l'engagement de ne pas s'immiscer dans la gestion des journaux dont ils détiennent les actions. Mais, en principe, ils peuvent vendre des actifs si cela n'est pas interdit dans les statuts. À *Mediapart*, les statuts empêchent cette éventualité, mais cela n'est pas spécifié dans le cas du fond de dotation qui détient *Libération*. *Le Monde* est entre les deux. Sans l'accord du pôle d'indépendance du journal, celui-ci ne peut être cédé, mais la gouvernance pose problème : la majorité des administrateurs sont nommés et révocables à discrétion par M. Xavier Niel, fondateur du fonds de dotation.

Pt. 4 Le rôle de l'État et des autorités indépendantes

Dernier point à examiner. De même que l'État garantit la liberté d'expression, il constitue en principe un frein à la concentration. Contrairement à ce que l'on pense habituellement, en France la concentration des médias est réglementée, et cette réglementation est à certains égards, respectée. C'est d'ailleurs ce qui crée actuellement des tensions au sein du monde des médias.

À deux reprises au moins, dans des circonstances historiques particulières, le législateur est intervenu pour protéger l'indépendance des journaux, puis des médias

- après la Libération, quand a été décidé d'interdire à une personne physique ou morale de posséder plus qu'un certain pourcentage des parts de marché.
- en 1986, après la libéralisation de l'audiovisuel, avec la **loi** sur la liberté de communication audiovisuelle.

La loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, dite **loi Léotard**, en même temps qu'elle organisait la libéralisation du secteur de la presse et de l'audiovisuel, a en effet conduit à la création d'une **Autorité de régulation de la communication audiovisuelle** qui se donnait pour objectif d'assurer le respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans les programmes des services de radio et de télévision, en particulier pour les émissions d'information politique et générale.

Les services de radio et de télévision doivent désormais transmettre à cette Autorité les **données relatives aux temps d'intervention des personnalités politiques** dans les journaux et les bulletins d'information.

Cette institution a connu des versions différentes. Elle est devenue **le CSA en 1989**, puis **l'ARCOM** en 2022.

À cela il faut ajouter **La Haute autorité de la Concurrence**, qui constitue un frein à la concentration, comme on a pu le voir lorsque TF1 et M6 ont envisagé leur fusion.

Point important, car il fait l'actualité depuis ces derniers mois : depuis 2005, les canaux de diffusion de la Télévision numérique terrestre (TNT) utilisent des ondes radioélectriques, qui sont un bien public. Les fréquences appartiennent à l'État et c'est le CSA (devenu aujourd'hui l'ARCOM) qui les attribue gratuitement, sous certaines conditions préalablement définies par une convention qui est renouvelée tous les 5 ans. Cette convention fait l'objet d'un examen destiné à savoir si les conditions d'attribution (notamment en matière de pluralisme) ont bien été respectées. Au vu du paysage actuel des médias, il est pourtant permis de douter de l'efficacité de ce dispositif. En effet ces institutions n'ont pas empêché un **tout petit nombre d'individus** de posséder la plus grande partie des médias en France.

Dans les faits, en France 9 à 10 personnes ou familles se partagent le contrôle des médias. 2017 : Bernard Arnault, la famille Dassault, Patrick Drahi, Vincent Bolloré, Xavier Niel, Matthieu Pigasse, Arnaud Lagardère, François Pinault, Marie-Odile Amaury et Rodolphe Saadé.

Les forces qui œuvrent à la concentration sont très puissantes, et la faible opposition que constitue la législation actuelle risque bien de céder. Il est donc temps d'examiner les propositions avancées pour remédier à cette situation de concentration et aux effets qu'elle produit dans la gouvernance des médias.

Je vais commencer par celles qui figurent dans l'ouvrage de Julia Cagé et Benoît Huet, *L'information est un bien public. Refonder la propriété des médias*, paru en 2021. Julia Cagé a publié en 2023 un petit ouvrage qui annonce la couleur, *Pour une Télé libre. Contre Bolloré*.

II. Propositions de réformes

A. Julia Cagé et Benoît Huet

Quelques mots de présentation de l'auteur et de l'autrice.

Benoît Huet est avocat. Julia Cagé, la véritable inspiratrice du texte, est, elle, professeure au département d'Économie de Sciences Po Paris. Elle est également co-directrice de l'axe « Évaluation de la Démocratie » du Laboratoire Interdisciplinaire d'Évaluation des Politiques Publiques (LIEPP). Elle est membre du Conseil de Surveillance de la Société Éditrice du *Monde* en tant que Présidente de la Société des Lecteurs du *Monde* (SDL). Elle est également membre du conseil de surveillance du journal d'investigation en ligne *Disclose* et présidente de *Les Jours*, un média d'actualité en ligne, indépendant, et sans publicité. Enfin, comme on sait, elle est co-autrice avec Thomas Piketty du best-seller *Une histoire du conflit politique. Élections et inégalités sociales en France, 1789-2022*.

C'est en vertu de ses compétences sur la question des médias et de son activité dans le milieu de la presse qu'elle a été auditionnée le 18 janvier 2024 dans le cadre de la Commission d'enquête sur l'attribution, le contenu et le contrôle des autorisations de services de télévision à caractère national sur la télévision numérique terrestre (TNT)

L'objectif de ces auteurs est la démocratisation de la production et de la consommation des médias

Comment ?

- par la stabilité des équipes rédactionnelles,
- par la protection du travail des journalistes,
- par le contrôle effectif du journal par les journalistes, les personnels et éventuellement les lecteurs/ spectateurs.

Il s'agit de proposer un nouveau modèle de gouvernance et de financement pour une réappropriation démocratique de l'information selon 4 axes principaux.

1. Une gouvernance démocratique à tous les niveaux
2. Une généralisation du droit d'agrément
3. Une transparence de la gouvernance et de l'actionnariat
4. Un investissement conséquent dans les rédactions

Signalons tout de suite que, pour ce qui est du modèle économique, le choix qui est fait n'est pas celui d'un modèle de média « non lucratif », mais d'un modèle « lucratif mais pas trop ». Il s'agit que l'influence sur le fonctionnement du journal soit en partie, mais en partie seulement, proportionnelle au capital investi. Précisons.

1. Une gouvernance démocratique à tous les niveaux

Démocratiser les médias, c'est pour nos auteurs **donner des droits politiques aux journalistes**, concrètement des **sièges** aux conseils d'administration ou de surveillance, selon le modèle de cogestion germano-nordique.

Ceci est avancé en référence explicite à *Capital et idéologie* de Thomas Piketty. Piketty promeut en effet le thème de la « propriété sociale » ou du « socialisme participatif » pour lequel il s'agit d'étendre à toutes les entreprises (et pas seulement aux plus grandes) le principe de la parité salariés-actionnaires dans les organes de gouvernance, tout en plafonnant les voix des actionnaires les plus importants dans les entreprises de grande taille.

Les auteurs proposent que, pour les entreprises de média de plus de 10 salariés, au moins la moitié des membres des organismes de gouvernance (conseils d'administration ou autres) soient des représentants des salariés. Et il faudrait qu'il y ait au moins 2/3 de journalistes parmi ces salariés.

2. La généralisation du droit d'agrément.

C'est le droit pour les journalistes de se prononcer sur un changement de contrôle majoritaire de leur média et de présenter un ou plusieurs investisseurs alternatifs. Ce droit existe juridiquement depuis 1944, mais n'a pas été respecté. L'obtention d'un droit d'agrément par le Pôle d'indépendance du Groupe *Le Monde* en 2019 est apparu comme un progrès important. À la suite d'une mobilisation des rédacteurs et des lecteurs, il a été obtenu que, en cas de changement - direct ou indirect - de contrôle du Groupe *Le Monde*, le Pôle d'indépendance soit consulté et qu'il lui revienne la décision d'agréer ou non le nouvel actionnaire. Il est proposé que ce dispositif soit généralisé, y compris dans les médias audiovisuels.

D'autre part, afin de garantir l'indépendance des rédactions, celles-ci devront disposer d'un droit de veto sur la nomination du directeur ou de la directrice de rédaction proposée par l'organe de gouvernance (au moins 60% d'approbation). Cette mesure est déjà appliquée par certains journaux, au *Monde* et au journal *Les Échos*. Elle mérite d'être étendue.

3. Une transparence de la gouvernance et de l'actionnariat

Cette démocratisation doit intervenir non seulement dans le CA ou le conseil de gouvernance de l'entreprise, mais aussi dans les organes de gouvernance de la fondation ou du fond de dotation. D'autre part, il doit être possible de connaître facilement l'identité des actionnaires.

Le Conseil national de la Résistance et l'ordonnance du 26 août 1944 rendaient obligatoire - entre autres règles - la publication sur chaque exemplaire de journaux du nom des actionnaires et de leur profession. Cette règle n'a pas été respectée. Cette disposition doit être imposée en faisant apparaître clairement au-delà des personnes morales, les personnes physiques. À noter que cela va dans le sens d'une directive européenne selon laquelle : « la transparence quant à la propriété des médias est directement liée à la liberté d'expression, pierre angulaire des systèmes démocratiques ».

L'efficacité de ces mesures passe par un régime de sanctions. Celles actuellement prévues, mais jamais appliquées, sont insuffisantes et doivent être renforcées.

4. Un investissement conséquent dans les rédactions

4.1. Il faut exiger un nombre suffisant de journalistes

Il est actuellement prévu qu'un journal numérique doive avoir au moins un journaliste, ce qui montre que cela ne va pas de soi. Les auteurs proposent donc d'introduire la règle suivante : L'entreprise doit consacrer au moins 35% de son chiffre d'affaires aux charges de personnel, les effectifs devant être au moins à moitié composés de journalistes (ils font remarquer qu'au *New York Times* 41% du chiffre d'affaires est consacré à la masse salariale).

4.2. Une limitation des dividendes des actionnaires

Les auteurs proposent qu'une fraction au moins égale à 70 % des bénéfices de l'entreprise soient dédiés à la constitution d'une réserve statutaire consacrée au maintien ou au développement de l'activité de l'entreprise. Seulement 30 % des bénéfices pourraient être versés en dividendes.

Point capital : les auteurs proposent que l'application de ces 4 principes de fonctionnement soit une condition *sine qua non*

- pour l'attribution et du renouvellement de l'inscription du journal ou du média auprès de la CPPAP (Commission paritaire des publications et agences de presse)

- pour l'obtention d'une fréquence pour les médias audiovisuels en suivant le modèle des conventions qui sont signées entre les chaînes de la TNT et l'ARCOM.

À cela les auteurs ajoutent l'idée d'une réforme des **aides à la presse** qui passerait par la création de **Bons pour l'indépendance des Médias (BIM)**

Au lieu du maquis de règles qui régissent actuellement les aides de l'État à la presse, les auteurs proposent une nouvelle forme de financement public n'impliquant aucune intervention de l'État.

Il s'agirait de donner chaque année à chaque citoyen un « bon pour l'indépendance des médias » (BIM) d'une valeur de 10 € qu'il pourrait allouer au(x) média(s) de son choix. Cette allocation pourrait se faire au moment de la déclaration de revenus en utilisant - comme pour un vote électronique - les outils de la blockchain afin de garantir l'anonymat des préférences des citoyens. Chaque Français pourra ainsi allouer, chaque année, une certaine somme à un ou plusieurs journaux de son choix.

Aucun média ne pourrait bénéficier de plus de 1% du total des BIMs. Cela éviterait toute intervention de l'État et le recours aux aides directes et indirectes qui bénéficient en priorité aux médias les plus rentables ou qui ont le plus de succès. Les BIMs permettraient de financer tout autant les petits médias que les plus importants. Ils créeraient un lien direct entre les citoyens et les médias (qui devront être transparents sur leur actionnariat).

=> Ces dispositions ont fait l'objet d'une proposition de loi déposée le 8 février 2022 au bureau de l'assemblée par 6 députés : Paula Forteza, Matthieu Orphelin, Régis Juanico, Hubert Jullien-Laferrière, Delphine Bagarry, Cédric Villani.

Passons maintenant aux propositions formulées par Nathalie Sonnac dans *Le nouveau monde des médias. Une urgence démocratique*, paru en mars 2023.

B. Nathalie Sonnac

Nathalie Sonnac est docteure en sciences économiques (université Panthéon-Sorbonne, 1996¹), et titulaire d'une habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication (Université de Grenoble, 2004). Elle est spécialiste de l'économie des médias, de la culture et du numérique. Elle s'intéresse en particulier aux questions de concurrence et de régulation, aux interactions entre les marchés médiatiques et publicitaires et leurs incidences sur la nature des contenus.

En janvier 2015, elle a été nommée membre du CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) pour un mandat de six ans. Elle est d'autre part présidente du Conseil d'orientation et de perfectionnement du CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information). Elle est intervenue lors d'une table ronde organisée dans le cadre des auditions sur la TNT le 20 décembre 2023.

Sur certains points elle avance les mêmes propositions que Julia Cagé et Benoît Huet, ce qui m'amènera à passer plus vite. Elle attire aussi l'attention sur certains points qui concernent de manière indirecte l'information dans la mesure où le domaine des fictions et du divertissement ont des effets sur l'économie des médias. Là aussi je passerai assez vite.

Elle réaffirme, tout comme Cagé et Huet, que l'information est un bien public qui doit être défendu. L'information fiable, sourcée et vérifiée est menacée de dilution dans un océan de contenus, par la circulation des fausses informations, des contenus haineux et du

cyberharcèlement. Elle craint, comme le politologue Yascha Mounk, la « déconsolidation de nos démocraties ».

La loi de 1986 est pour elle aussi un dispositif obsolète. Mais elle adopte sur d'autres points un cadrage différent de celui de Cagé et Huet. Elle redoute avant tout la concurrence internationale et la puissance des Gafa. Elle insiste sur la métamorphose du paysage audiovisuel depuis 40 ans : les acteurs historiques ont été rejoints par de nouveaux acteurs, professionnels et amateurs, nationaux et internationaux qui offrent leurs contenus et leurs services dans des conditions qui ne sont pas comparables à celles des années 80. C'est pourquoi elle est favorable à la constitution de champions nationaux et se montre réservée à l'égard de la lutte contre la concentration.

En revanche elle se prononce pour la défense active du service public en tenant compte de son succès et de l'atout qu'il constitue pour la promotion de l'éducation aux médias. Elle propose de s'appuyer sur **6 piliers** :

1. Mieux protéger l'indépendance de l'information

Les médias historiques écrits et audiovisuels doivent être soutenus, se montrer exemplaires et faire référence en matière d'indépendance. Il ne faut surtout pas les minimiser, car ces médias diffusés sur des canaux traditionnels sont présents en ligne. Leurs sites sont accessibles sur les plateformes numériques.

La séparation entre les intérêts des actionnaires et l'information doit être renforcée. Toute ingérence du propriétaire ou de l'actionnaire dans le fonctionnement des entreprises doit être sanctionnée lourdement. Le nombre de journalistes qui participent à la fabrication d'un produit doit être suffisant (mais Nathalie Sonnac ne précise pas comment).

Elle soutient aussi, sans la développer, l'idée de recourir à des fondations ou des fonds de dotation pour séparer les détenteurs de capital et la gouvernance des entreprises et cite de manière élogieuse les cas de *Médiapart*, ainsi que celui de *Blast* pour son recours au financement participatif dans le cadre d'une coopérative.

Elle insiste sur le rôle des comités d'éthique qui doit être renforcé. Mais pas seulement au niveau des groupes de médias, Elle précise que, pour les chaînes d'information en continu, un comité d'éthique spécifique doit être dédié.

2. Pour un nouveau marché pertinent de l'information

Contrairement à Cagé et Huet, elle estime qu'il n'est pas pertinent d'empêcher la constitution de groupes de médias puissants, la priorité étant de lutter contre la puissance des Gafa et des plateformes de vidéos en ligne. Son diagnostic se veut nuancé. Selon elle, la concentration varierait selon les secteurs d'activité. Elle est favorable à une nouvelle réglementation qui prendrait en compte les nouveaux usages pour mesurer la fréquentation des chaînes en s'appuyant sur des études permettant d'évaluer les temps d'attention par média. Compte tenu de la dynamique de concentration qui peut devenir incontrôlable, elle estime que le maintien d'une autorité de régulation, comme l'ARCOM est indispensable, l'autorité de la concurrence ne suffisant pas.

3. Sanctuariser l'éducation aux médias et à l'information à l'école en partenariat avec les groupes audiovisuels.

Il s'agit de répondre au défi des **Big Tech** (les GAFA et leurs déclinaisons) qui s'approprient les caractéristiques des médias de masse. Ils deviennent des sources de contenus, des relais d'information, des centrales d'éditions et des capteurs de manne publicitaire. Elle déplore que ces Big Tech, qui fonctionnent selon une logique algorithmique soient désormais capables de fixer elles-mêmes les règles du jeu sociétal, voire démocratique. C'est pourquoi elle insiste sur la responsabilité des pouvoirs publics qui doivent protéger et aider les citoyens à vivre dans cette nouvelle société.

Pour cela elle estime qu'il faut s'appuyer sur l'école, sur l'éducation à la vérification et à la fabrication des médias. Il faut donc développer l'EMI (Éducation aux Médias et l'information). Comme je l'ai mentionné, Nathalie Sonnac est une animatrice du Centre de l'enseignement des médias et de l'information (CLEMI). Elle appelle donc à un renforcement de cette institution pour développer les usages responsables du numérique.

Dans cette perspective, l'État doit s'appuyer sur les 4 groupes de l'audiovisuel public : France télévisions, Radio France, France Médias monde, et l'INA qui disposent de 4500 journalistes professionnels pour aider à la formation des élèves en multipliant les émissions sur le facts-checking, en aidant le réseau Canopé et bien sûr le CLEMI.

À partir de l'expérience acquise dans ce domaine, la France pourrait être la première puissance en Europe à fixer l'objectif de l'EMI dans les missions de service public.

4. Pour un « Luxembourg de médias »

Ce point concerne les rapports entre producteurs de programmes audiovisuels et éditeurs, et vise notamment les contraintes qui brident actuellement la production et la diffusion de contenus nouveaux.

5. Pour un cadre de la donnée

Ce qui était initialement un moyen d'enquête sur le volume et la composition de l'audience (sexe, âge, CSP), s'est transformé, en rapport avec la publicité en ligne, en un usage des algorithmes de recommandation permettant aux médias de s'adapter aux préférences des téléspectateurs et de les mesurer en temps réel.

N. Sonnac appelle par conséquent à une « éthique de l'algorithmie » pour favoriser l'intégration des droits fondamentaux dans les nouveaux dispositifs et assurer la sécurité juridique des citoyens.

Elle souhaite que l'accès aux données (par des traceurs publicitaires - cookies) soit le même pour les chaînes de télévision que pour les GAFA et les plateformes de partage de vidéos, car sinon cela crée une distorsion de concurrence.

6. Une sobriété numérique nécessaire pour tous

N. Sonnac souhaite également que la régulation permette la réduction des publicités qui ont un impact environnemental négatif et favorise la promotion de bonnes pratiques.

Elle souligne l'impact environnementale du NET qui occasionne 4% des émissions mondiales de gaz à effet de serre contre 1,9% pour l'aviation. Et ceci à cause de la croissance exponentielle de nos pratiques numériques : le téléchargement d'une vidéo d'une heure en HD entraîne une consommation dix fois plus importante qu'un visionnage standard.

Enfin elle insiste sur le fait qu'il faut absolument envisager tous ces problèmes à l'échelle européenne en s'appuyant en particulier sur la **directive SMA** (Services de Médias audiovisuels) et les **règlements DSA** (Digital Service Act) qui veillent à la **protection des usagers** contre la diffusion des contenus haineux, contre les contenus illégaux, la pédopornographie et les appels à des actes terroristes), ainsi que sur **le règlement DMA** (Digital Market Act) qui vient réformer les règles de la concurrence pour lutter contre les monopoles des grands acteurs de la tech.

Au final, Sonnac, comme Cagé et Huet, appelle à une **nouvelle loi** qui viendrait remédier au caractère totalement inadapté de la loi de 1986. Mais elle manifeste peu de distance à l'égard de la concentration des médias en France et du rôle joué par les milliardaires.

C. Le conflit à propos de CNews

=>> En point d'orgue de tout ce qui vient d'être dit, il est indispensable que je dise quelques mots sur la prise de position de la plus haute instance administratrice de notre pays, le Conseil d'État à propos du pluralisme dans les médias, prise de position qui a créé un véritable séisme et provoqué la création d'une commission d'enquête parlementaire sur la TNT. Que s'est-il passé ?

En **novembre 2021**, RSF (*Reporters sans frontières*) a saisi l'ARCOM (l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique) d'une demande de mise en demeure de la chaîne *CNews* pour manquements à ses obligations légales d'honnêteté, d'indépendance et de pluralisme de l'information (le contexte était la préparation des élections présidentielles et l'ascension d'Éric Zemmour, chroniqueur de Cnews)

Ayant reçu une réponse négative de l'organe de régulation le 5 avril 2022, RSF a décidé de formuler, le **13 avril 2022**, un recours auprès du Conseil d'État dénonçant l'inaction de l'ARCOM.

Or, coup de tonnerre, le 13 février dernier, le Conseil d'État ordonne à l'ARCOM de revoir sa copie dans un délai de 6 mois. Il se réfère à la loi de 1986 sur la liberté de communication, selon laquelle les chaînes de télévision doivent « assurer l'honnêteté, le pluralisme et l'indépendance de l'information ». Il estime que le refus d'agir du régulateur (l'ARCOM) résulte « d'une méthode inefficace de contrôle et d'une limitation injustifiée de ses propres compétences en matière de pluralisme et d'indépendance de l'information ». C'est une victoire essentielle pour RSF.

Conséquence : À la demande de la NUPES (précisément du député LFI Aurélien Saintoul), une commission d'enquête parlementaire de l'Assemblée nationale a été diligentée.

Elle est présidée par Quentin Bataillon (député Renaissance de la Loire). Je vous invite par conséquent à vous rendre sur **le site de l'Assemblée Nationale** où vous pourrez assister aux **auditions**, entre autres de Nathalie Sonnac et Julia Cagé, mais aussi de Vincent Bolloré, Xavier Niel, Yann Barthès, Cyril Hanouna, Pascal Praud, Marc-Olivier Fogiel, etc. Les auditions sont achevées et le rapport de la commission doit être examiné à partir du 7 mai. Inutile de dire que la réaction a été extrêmement hostile à droite et à l'extrême droite, où l'on crie à l'atteinte à la liberté de la presse, dans *Le Figaro* et sur *CNews* en particulier.

Mais on rencontre aussi des oppositions à gauche (Jean Quatremer de *Libération* par exemple) au motif, en partie recevable, qu'il est difficile d'identifier les opinions prévisibles des chroniqueurs qui interviennent dans les médias pour assurer le pluralisme souhaité. Julia Cagé dans son audition récente n'a d'ailleurs pas dissimulé la difficulté d'un contrôle de la pluralité interne aux médias. On peut noter deux épisodes marquants :

- La confrontation entre le responsable de RSF, Christophe Deloire et l'animateur de *Cnews* Pascal Praud, qui a été extrêmement violente.
- L'intervention toute récente de Quentin Bataillon sur la même chaîne, où le président de la commission a cru bon de critiquer Yann Barthès et de féliciter Cyril Hanouna, intervention qui a provoqué une polémique très vive.

Dans la perspective des prochaines élections (européennes, puis présidentielles), le débat s'annonce extrêmement « musclé ». L'enjeu du débat est bien au centre de notre propos : il s'agit de la qualité de l'information et de l'indépendance des médias à l'égard des puissances d'argent.

III. Est-il possible et raisonnable de résister à l'évolution en cours ?

Je n'imaginais pas, lorsque j'ai choisi ce thème de réflexion, qu'il surgirait dès maintenant au premier plan du débat public. Cela ne nous empêche pas, au contraire, de prendre un peu de distance par rapport à l'actualité. Et si l'on souhaite avoir ce recul, je crois qu'il ne faut pas hésiter à se situer dans le temps long, en adoptant une perspective philosophique et sociologique.

1. Entre optimisme et pessimisme

Donc, petit retour en arrière, dans les années 80 du XVIII^e siècle.

a) L'optimisme des Lumières

En 1783 un auteur anonyme, s'était prononcé dans une livraison d'un journal berlinois, la *Berlinische Monatsschrift*, **en faveur du mariage civil**. Cette revendication était alors une question brûlante en Prusse (on n'en était pas au mariage entre personnes du même sexe !). En Autriche le mariage civil était apparu dès 1783. Et il faut avoir en tête que le mariage civil (obligatoire) et le divorce ont été instaurés en France moins d'une décennie plus tard au moment de la Révolution, en 1792.

Or, en décembre 1783 un pasteur, pourtant favorable au mouvement des Lumières, écrivit en réponse à l'article berlinois, une défense du mariage religieux en protestant au passage - c'est là que la question va nous intéresser-, contre la « confusion provoquée dans les têtes et les cœurs au nom de l'*Aufklärung* ». En bref, il trouvait qu'en matière de Lumières, on allait trop loin ! Et qu'il fallait effectuer une mise au point. C'est pourquoi il soulevait la question : « Qu'est-ce que les Lumières ? ».

Ce sont donc ces doutes quant à l'usage de la Raison qui déclenchèrent la parution de deux réponses à cette question, celle de Moïse Mendelssohn en septembre 1784 : « Qu'entend-on par éclairer ? », et en décembre de la même année, celle d'Emmanuel Kant « Qu'est-ce que les Lumières ? ».

Kant intervient donc, non dans un échange restreint entre théoriciens érudits, mais sur la scène publique pour prendre position dans un débat de haute intensité sur une question qui, indirectement, concerne la vie privée de ses contemporains. Et c'est à cette occasion qu'il forge ces formules qui marqueront l'histoire de la philosophie :

« Les lumières, c'est la sortie de l'homme hors de l'état de tutelle dont il est lui-même responsable. L'état de tutelle est l'incapacité de se servir de son entendement sans la conduite d'un autre. [...] *Sapere aude* ! Aie le courage de te servir de ton propre entendement ! Voilà la devise des Lumières. »

C'est dans cette perspective qu'il est amené à attribuer au concept de « publicité » un rôle essentiel. Le mot de *publicité* (*öffentlichkeit*, dans le texte allemand) est entendu, à cette époque, en un sens juridique, comme le fait de porter à la connaissance du public, dans un sens tout différent bien sûr du sens commercial qui, au moins en France, n'apparaîtra que plus tard au XIX^e siècle (en 1829, d'après le dictionnaire d'A. Rey).

La « publicité » permet la formation d'une « opinion publique », d'un espace public dans lequel l'exercice de la raison permet la connaissance pratique de soi-même et la maîtrise de ses propres activités au travers d'un partage dans lequel chacun, dans un champ particulier (« en tant que savant », précise Kant), peut faire valoir son propre jugement. Cette intervention de Kant ne concerne alors, malgré tout, que des cercles cultivés restreints (peu de gens avaient accès aux journaux). Mais elle joue sa partition au moment de la constitution de cet espace public qui va se dilater à la fin du siècle, notamment au moment de la Révolution française.

L'apparition de la presse à bon marché dans les années 1830 va ensuite étendre cet espace public au rythme du combat pour la liberté de la presse. Rappelons aussi que Kant, avait perçu dans l'enthousiasme suscité par la Révolution française, « le signe historique de la tendance au progrès moral du genre humain dans sa totalité ». À ses yeux, le rôle dévolu à la liberté rompait avec la paresse ou la lâcheté qui avaient si longtemps maintenu les peuples dans l'ignorance.

Il partageait l'« optimisme » d'un grand nombre de ses contemporains. L'« optimisme » était à cette époque un terme savant introduit par Leibniz et ses disciples qui manifestait une attitude nouvelle à l'égard de l'existence. Et il est remarquable que l'un des tout premiers textes de Kant soit un hommage vibrant à cet optimisme, daté de 1759 (Kant avait alors 35 ans), un

texte intitulé *Essai de quelques considérations sur l'optimisme*. Inutile de rappeler tous les signes qui, à cette époque venaient confirmer les contemporains dans l'idée d'une avancée inéluctable du progrès, fondée notamment sur le développement de la science, de l'esprit critique et du partage des connaissances. Un grand pas avait été franchi en 1789 et la marche en avant vers les libertés, s'est bel et bien accomplie tout au long du XIX^e siècle au prix de multiples combats et révolutions.

C'est cet optimisme même qui anime les jeunes hégéliens au début du XIX^e siècle, y compris l'un des plus célèbres d'entre eux, Karl Marx qui eut très longtemps une activité intense de journaliste, dans laquelle il chercha à mener une lutte d'idées dans une situation très difficile du fait de la censure qui existait en Allemagne (et qui le décida à s'exiler). C'est en Autriche, en Angleterre, aux États-Unis qu'il pouvait publier (je recommande au passage les ouvrages de Géraldine Muhlmann sur l'histoire du journalisme que vous avez en bibliographie).

b. Le pessimisme sociologique

Mais la réalité de la presse capitaliste, de la course aux nouvelles sensationnelles et aux proclamations idéologiques ajustées aux intérêts de la bourgeoisie, a vite produit ses effets, entretenant une méfiance grandissante à l'égard des journaux, puis des médias.

Dans sa propre pratique journalistique, Karl Marx s'attachait à faire apparaître l'hypocrisie du discours idéologique des dirigeants qui cherchaient, derrière l'invocation de principes moraux, à masquer leurs véritables motifs, le plus souvent basement économiques.

On sait comment la sociologie du XX^e siècle a pu radicaliser la critique marxiste contre l'idéologie bourgeoise, produit, dans la superstructure des rapports de production capitalistes. L'École de Francfort (Theodor Adorno et Max Horkheimer) a fait porter sa critique sur l'industrie culturelle et les médias de masse au point de remettre radicalement en cause l'optimisme des Lumières : à l'obscurantisme combattu par les Lumières serait venu se substituer un aveuglement général produit par les médias de masse. L'aspiration à l'émancipation est alors menacée par la marchandisation capitaliste qui mine de l'intérieur les pratiques culturelles et engendre des destinataires passifs et manipulables. Et il existe une littérature énorme pour dénoncer la société des médias de masse, la société du spectacle (pensons à Debord et aux situationnistes), pour condamner les médias, tant dans leur structure économique que dans les contenus qu'ils véhiculent et les formats qu'ils imposent (songeons par exemple à Pierre Bourdieu et à son opuscule *Sur la télévision*).

Dans les années 90, l'enquête sociologique sur le monde des médias a en particulier mis l'accent sur la connivence entre les journalistes et les cercles du pouvoir (*Les nouveaux chiens de garde* de Serge Halimi), ce qui a entretenu la méfiance à l'égard des médias. Les journalistes y sont représentés le plus souvent comme des auxiliaires stipendiés faisant allégeance aux pouvoirs en place.

Conséquence : beaucoup trouvent bien naïf de chercher à réformer un système sur lequel nous n'avons aucune prise. À leurs yeux dirigeants / dirigeantes et hommes ou femmes de médias appartiennent en réalité à un même monde et ne songent qu'à défendre âprement leurs

intérêts. Les luttes pour transformer la situation sont jugées dérisoires. On ne peut compter que sur des médias minoritaires et la seule issue serait d'adopter avant tout une attitude critique.

Ce langage qui se veut « radical » est indiscutablement séduisant si on lui adjoint la description des nouvelles pratiques liées aux progrès du numérique. En effet aujourd'hui, avec l'usage des algorithmes, l'aliénation, le dessaisissement dont parlait Marx a gagné non seulement le travailleur, le producteur, mais le consommateur qui, avec son téléphone portable, transmet lui-même les données qui vont permettre de fabriquer les objets qu'on l'incitera à acheter. En croyant « s'informer » le consommateur fournit une forme de travail gratuit, qui épargne aux entreprises de coûteuses études de marché. Diagnostic lugubre !

2. Que devons-nous/ que pouvons-nous faire ?

Je vous propose de **passer à la discussion**, à partir des questions qui figurent à l'écran.

- Quel constat ?
- Que penser des remèdes proposés ?
- Quelle attitude adopter en tant que citoyens/ citoyennes ?

J'indiquerai tout de même au préalable quelques pistes de réflexion.

Quelques pistes

Dans un texte paru fin mars dans l'excellente revue payante en ligne *AOC (Analyse Opinion Critique)*, Jean-Pierre Dupuy, polytechnicien et philosophe, cite la philosophe américaine, d'inspiration kantienne, Christine Korsgaard :

« Afin de pouvoir faire quoi que ce soit, il nous faut tout simplement faire semblant d'ignorer le fait que nous sommes déterminés, et décider ce que nous devons faire – exactement **comme si (als ob)** nous étions libres ».

Être à la fois lucides et volontaires, c'est la voie choisie par ceux qui s'en tiennent aux objectifs de Jean Schwoebel, résistant et fondateur de la première société de journalistes dans son livre de 1968 : *La presse, le pouvoir et l'argent*, qui n'a pas pris une ride et qui a été récemment réédité avec la préface d'origine de Paul Ricœur et un avant-propos d'Edwy Plénel fondateur de *Médiapart*.

- D'une façon générale, **enquêter** pour obtenir une connaissance adéquate de l'espace médiatique qui ouvre un espace à l'action (c'est la méthode qu'a systématisée le philosophe John Dewey dont sont venus nous parler à Aussitôt dit, les philosophes Joëlle Zask et Stéphane Madelrieux).
- Ne pas se contenter d'une « **théorie cohérente** » **uniquement négative** qui se borne à satisfaire notre désir de condamner en bloc le monde tel qu'il est, de proclamer que la réalité est inacceptable sans mettre en lumière les formes de résistance et les réalisations qui en attestent la possibilité.

- Du côté des journalistes

En dépit de ce que l'on sait sur le poids des déterminismes et de la difficulté de parvenir à une objectivité, faire au moins l'effort maximum pour objectiver les faits dont on cherche à rendre compte en multipliant les points de vue et les angles de vue. C'est ce que rappelle avec vigueur Géraldine Muhlmann dans son récent livre *Pour les faits* (2023).

Résister aux pressions des puissances d'argent et de l'État en parvenant à un maximum d'indépendance économique à leur égard : les pratiques du *Guardian* en Angleterre, du *Monde* et de *Médiapart* en France, des médias indépendants qui se multiplient actuellement indiquent la direction à suivre.

- Du côté des lecteurs/ trices, spectateurs/ trices

Être toujours en éveil : Quels usages avons-nous ? Quels usages promeut-on autour de nous : enfants, petits-enfants, amis ? Quels médias, en streaming, plateformes, réseaux sociaux, etc. ?

- De la part de chacun(e) d'entre nous

- Pour qui votons-nous ? En nous demandant quels sont les candidats qui défendent une régulation efficace des médias et qui se positionnent clairement contre les intrusions des financiers et des politiques dans la fabrication de l'information.

- Quels mouvements sociaux soutenons-nous ? Comment en est-il rendu compte dans les médias, y compris dans les médias des organisations et des mouvements qui peuvent très bien pratiquer les mêmes méthodes de déformation de la réalité que ceux contre lesquels ils luttent.

Bibliographie chronologique

- Kant Emmanuel, *Qu'est-ce que les Lumières ?* Paris, Garnier-Flammarion, 1991 [1784].
- Schwoebel Jean, *La presse le pouvoir et l'argent*, Préface de Paul Ricœur, Avant-Propos d'Edwy Plénel, Nouvelle édition, Paris, Éditions du Seuil, 2018 [1968].
- Bellanger C., Godechot J., Guiral P. Terrou F. (dir.) *Histoire générale de la presse française*, Paris, PUF, 1971.
- Foucault Michel, « Qu'est-ce que les Lumières ? » Traduction de “What is Enlightenment ?”, 1984, *Dits et Écrits*, Paris, Seuil.
- Mouillaud M. et Têtu J.-F., *Le journal quotidien*, Lyon, PUL, 1989.
- Habermas Jürgen, *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (*Strukturwandel der Öffentlichkeit*, 1962), trad. fr. M.B. de Launay, Paris, Payot, 1993.
- Ferenczi Thomas, *L'Invention du journalisme en France*, Paris, Payot, 1993.
- Cornu Daniel, *Journalisme et vérité. L'éthique de l'information au défi du changement médiatique*, Genève Labor et Fidès, 1994.
- Bourdieu Pierre, *Sur la télévision*. Suivi de *L'emprise du journalisme*, Paris, Liber, 1996.
- Halimi Serge, *Les Nouveaux chiens de garde*, Paris, Liber, 1997.
- Aubenas Françoise et Benasayag Miguel, *La Fabrication de l'information. Les journalistes et l'idéologie de la communication*, Paris, La Découverte, 1999.

- Balle François, *Médias et sociétés. De Gutenberg à Internet*, Paris, Montchrestien, 9ème éd. 1999.
- Jeanneney Jean-Noël, *Une histoire des médias. Des origines à nos jours*, Paris, Seuil, 2000.
- Muhlmann Géraldine, *Une histoire politique du journalisme, XIXe-XXe siècle*, Presses Universitaires de France/ Le Monde, 2004.
- Muhlmann Géraldine, *Du journalisme en démocratie*, Paris, Payot, 2004
- Céline Spector, « Foucault, les lumières et l'histoire : l'émergence de la société civile » in Céline Spector, F. Brugère, G. Le Blanc, J. Terrel, Foucault et les Lumières, Paris, *Lumières*, n°8, 2006.
- Estienne Yannick, *Le journalisme après Internet*, Préface d'Erik Neveu, L'Harmattan, 2007.
- Cagé Julia, *Sauver les médias. Capitalisme, financement et démocratie*, Paris, Seuil, 2015.
- Rabatel Alain, *Pour une critique linguistique et critique des médias. Empathie, éthique, point(s) de vue*, Limoges, Lambert-Lucas, 2017.
- Plénel, Edwy, *La Valeur de l'information. Suivi de Combat pour une presse libre*, Points Seuil, 2018.
- Cagé Julia et Huet Benoît, *L'Information est un bien public. Refonder la propriété des médias*, Paris, Seuil, 2021.
- Cagé Julia, *Pour une télé libre. Contre Bolloré*, Paris Seuil Libelle, 2022.
- Rivoire Jean-Baptiste, *L'Élysée (et les oligarques) contre l'info*, Les Liens qui libèrent, 2022.
- Sonnac, Nathalie, *Le nouveau monde des médias. Une urgence démocratique*, Paris, Odile Jacob, 2023.
- Muhlmann Géraldine, *Pour les faits*, Paris, Belles Lettres, 2023.

Annexe

Albert Camus, *Combat*, 31 août 1944

Notre désir, d'autant plus profond qu'il était souvent muet, était de libérer les journaux de l'argent et de leur donner un ton et une vérité qui mettent le public à la hauteur de ce qu'il y a de meilleur en lui. Nous pensions alors qu'un pays vaut souvent ce que vaut sa presse. Et, s'il est vrai que les journaux sont la voix d'une nation, nous étions décidés, à notre place et pour notre faible part, à élever ce pays en élevant son langage. À tort ou à raison c'est pour cela que beaucoup d'entre nous sont morts dans d'inimaginables conditions et que d'autres souffrent la solitude et les menaces de la prison.