

Pascal DURAND, dir., *Médias et censure. Figures de l'orthodoxie*. Liège, Éd. de l'université de Liège, 2004, 246 p.

Les liens de la presse avec la politique et l'économie libérales ont donné lieu à des travaux récents, notamment ceux d'un historien qui suit les changements intervenus durant « cet âge de papier » où la presse écrite se transforme en média de masse (Chr. Charle, *Le siècle de la presse 1830-1939*, Paris, Éd. Le Seuil, 2004) et ceux d'un sociologue, Julien Duval, qui, dans *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France* (Paris, Éd. Le Seuil, 2004), s'intéresse à l'un des sous-champs des médias.

L'ouvrage *Médias et censure. Figures de l'orthodoxie*, dirigé par Pascal Durand, cherche à circonscrire « l'univers spécifique du journalisme contemporain » dans ses relations avec le champ du pouvoir. Il a réuni des chercheurs au profil diversifié, d'où une certaine disparité de ton, de style et de méthode. Le livre est divisé en deux parties : l'une, à dimension théorique, « Outils critiques », l'autre, à dimension empirique, « Cas de figure », sans que la nécessaire relation entre les deux soit très bien comprise par tous les auteurs. Cette hétérogénéité ne nuit pas pour autant au propos, du fait de l'intérêt intrinsèque de la plupart des articles et de la ligne de force qui se dégage du rapprochement de certains d'entre eux. Par son titre, l'ouvrage fait référence au petit livre de Pierre Bourdieu, *Sur la télévision, suivi de L'emprise du journalisme* (Paris, Éd. Liber/Raisons d'agir, 1996), où l'auteur démontait les faits invisibles de censure – dont les journalistes seraient à leur insu les agents et les objets – et expliquait le mode de production de l'information à partir des notions de « champ journalistique » et de logique de l'audimat. Huit ans après les violentes réactions déclenchées en France par un ouvrage qui fut au contraire très bien reçu à l'étranger, il ne s'agit pas de réactiver les passions à l'égard du maître disparu, mais de montrer la portée opératoire de ces concepts. Ceux-ci aident à surmonter l'apparente contradiction entre le discours des journa-

listes – qui se disent très attachés à la liberté de la presse – et celui de certains dirigeants de chaînes télévisuelles qui affichent cyniquement les finalités et les stratégies commerciales de leur entreprise. L'entrave actuelle à la liberté de l'information, ce n'est pas la censure – comme interdit politique ou juridique – mais cette forme d'auto-censure que pratiquent spontanément les journalistes (et pas seulement eux), lorsqu'ils disent d'eux-mêmes et en toute liberté ce qu'on attend d'eux, du fait de leur appartenance à un champ journalistique hétéronome, en position de dépendance vis-à-vis des autres champs.

L'effet de cette censure est de produire l'assentiment à l'opinion qu'elle fabrique. Ainsi parle-t-on de l'emprise de la presse, de sa puissance d'intervention dans tous les domaines de la vie publique, mais il serait erroné de la tenir pour un « quatrième pouvoir » : son autonomie est négative, car elle est « l'enjeu d'une lutte des autres champs pour contrôler sa production » (p. 21). Comment expliquer les prises de participation croissante des firmes sur les entreprises de communication sinon par la rentabilité et la malléabilité d'un appareil qui peut exercer de multiples effets sur le monde social ? Si les chefs d'entreprise ajoutent à leur empire des appareils de communication, c'est parce que ceux-ci représentent un marché considérable et constituent de puissants relais servant les stratégies de ces groupes et les politiques dont ils ont besoin.

Dans « Pouvoir des médias et pouvoirs sur les médias » (pp. 21-38), Patrick Champagne analyse les peurs récurrentes occasionnées dans l'histoire de la presse par la diffusion de masse de l'information : peur des effets politiques de l'industrialisation du livre sur les classes populaires, du « viol des foules » par la radio, de « la persuasion clandestine » par la publicité télévisuelle. Ces craintes semblent aujourd'hui « domestiquées ». « La critique médiatique des médias » est intégrée au fonctionnement normal du champ journalistique et donne lieu à tout un discours sur la déontologie professionnelle, que le sociologue relie à la structure dualiste du champ et à la double

dimension de l'information : valeur économique d'une marchandise destinée à générer des profits et valeur journalistique ou symbolique. Si la pression économique qui s'exerce sur les médias est un fait d'évidence, il est non moins évident que la crédibilité des journalistes est ce qui rend une information rentable. D'où le thème du respect de l'éthique de la profession, qui contre les pressions politiques et économiques, se pose comme obéissance à ses propres règles. Autonomie semble-t-il illusoire depuis 1980 et l'effondrement des ordonnances de 1944, mais dont l'affirmation explique le fonctionnement du champ journalistique selon une structure duelle : information objective vs information politiquement partisane, information sérieuse vs presse commerciale, etc.

« Toute expression est un ajustement entre un intérêt expressif et une censure constituée par la structure du champ dans lequel s'offre cette expression » (P. Bourdieu, « La censure », *Questions de sociologie*, Paris, Éd. de Minuit, 1980, p. 138, cité par P. Durand, p. 10) : Pierre Bourdieu pose que ce qui se passe dans tel journal s'explique par les relations de concurrence vis-à-vis des autres journaux ; par son statut dans le champ journalistique, lui-même en position de dépendance à l'égard des champs politiques et économiques ; par sa structure, les principes internes qui régissent le fonctionnement de ce microcosme. Dans « Un journalisme de classes moyennes » (pp. 39-56), Alain Accardo montre que ce monde, comme tout autre espace institutionnel, est régi par « une orchestration invisible des pratiques sociales » (p. 46), l'incorporation d'un même *habitus* comme disposition à percevoir spontanément les mêmes choses comme allant de soi, logiques, convenables, ce qu'il explique par des origines sociales très voisines et des trajectoires impliquant les mêmes expériences de socialisation. Cette forme de censure par laquelle les journalistes s'accordent implicitement pour taire certaines choses ou, au contraire, parler de certains sujets de manière orthodoxe, il ne faut pas dire qu'elle relève de la théorie du complot : elle n'est voulue par personne, ne relève d'aucune intention délibérée ; pour occuper une position dans une

structure institutionnelle donnée, et cela quel que soit le poste, assorti de l'espérance d'une carrière ascensionnelle ou de la peur de la précarité, encore faut-il avoir intériorisé le point de vue spécifique que cette position requiert et donné une adhésion spontanée à la vision du monde déterminée par le poste.

Pascal Durand (« Lieu commun et communication », pp. 83-108) présente le fait de censure non comme silence, césure ou blanc dans le langage, mais comme cet acte langagier qui, dans le discours médiatique, consiste à remplacer ce qui ne peut se dire ou vouloir se dire par toute une rhétorique de lieux communs, de stéréotypes et de clichés nourris par la *doxa* ambiante et l'alimentant en retour. Dans ce discours, ce qui le frappe n'est pas l'extraordinaire banalité du dire, mais ce que ce dire réussit à faire : transformer en vérités d'évidence, des thèmes et des thèses discutables ; attribuer la nécessité des lois de la nature à des faits qui relèvent de la contingence historique ; conférer la forme de l'universalisme abstrait et de l'objectivité à un point de vue relatif déterminé par l'angle de vision et l'*habitus* journalistique.

Ces analyses conceptuelles trouvent leur application non seulement dans les exemples qui illustrent les articles cités, mais dans « les cas de figure » analysés par d'autres auteurs : Geoffrey Geuens – qui vient de publier deux livres sur les médias (*Tous pouvoirs confondus. État, capital et médias à l'ère de la mondialisation*, Anvers, Éd. EPO, 2003 ; *L'information sous contrôle. Médias et pouvoir économique en Belgique*, Genève, Éd. Labor, 2002) – étudie l'orthodoxie journalistique qui a salué la parution de ses deux ouvrages. Avec une parfaite maîtrise des « outils critiques », Érik Neveu effectue une très fine analyse d'un « cas de figure », particulièrement intéressant pour la communauté des chercheurs, avec « Les censures invisibles de la Global Academia. Le rôle de l'anglais dans la mondialisation des échanges scientifiques » (pp. 225-240).

L'intérêt de l'article de Noam Chomsky (« De quoi les médias dominants tirent-ils

leur domination ? », pp. 57-66) est d'offrir un point de comparaison entre ce qui se passe aujourd'hui, dans la presse nationale, et ce qui s'est passé autrefois dans l'histoire anglo-saxonne des médias, avec la mise en place d'un système de propagande d'État, à partir de la Première Guerre et la création d'un ministère de l'Information en Grande-Bretagne. Ce ministère avait reçu mission de contrôler la pensée du monde entier et des États-Unis, qu'il s'agissait de faire entrer en guerre. Séduit par cette propagande et son instrument, Woodrow Wilson en transplante le modèle aux États-Unis et crée un Comité pour l'information du public. Celui-ci est chargé de faire déferler sur le pays une vague pro-guerre, puis avec l'afflux croissant des immigrants dans les années 20, de surveiller et contrôler l'opinion. Selon Edward L. Bernays, théoricien et auteur de *Propaganda* (New York, 1928), notion qui n'a pas encore le sens qu'elle aura en régime hitlérien, il est possible « d'enrégimenter l'esprit du public aussi bien que l'armée enrégimente les corps » (cité par Chomsky, p. 64). Les fronts sur lesquels se déploie le management de l'opinion publique sont de trois ordres : militaire (création du Service de la communication aux armées) ; publicitaire (Edward L. Bernays travaille à la publicité des cigarettes Chesterfield) ; idéologique (façonner l'opinion, c'est fabriquer de l'unanimité et contourner l'extension quasi universelle du droit de vote). Il s'agit là de la première étape vers ce qu'Armand Mattelart appelle un « nouvel âge historique » ; cet auteur en suit le développement à partir de 1948, faisant coïncider le plein essor de celui-ci avec les utopies et les réalités de la « société de l'information ».

Variation des vues et prises de vue sur le champ médiatique, le point de vue des journalistes sur la façon dont les militants – lorsqu'ils acceptent les invitations de la télévision – participent, à leur insu, à ces effets invisibles de censure qui ne dépendent de la volonté de personne. Soutenant que les médias occultent l'histoire, dépolitisent, ne se préoccupent de la récession que dans la mesure où elle déprime les marchés publicitaires, Serge Halimi et Pierre Rimbert (« Contestation des médias ou contestation

pour les médias ? », pp. 137-152) montrent comment les groupes contestataires venus, en principe, pour faire entendre une pensée alternative, dire que la récession accroît l'insécurité sociale, subissent les mécanismes de la manipulation médiatique sans broncher. Loin de mettre à profit leur passage à la télévision pour en faire la critique, l'un accepte d'être objet de reportage dans tel magazine *people*, un autre de parler de son expérience dans la *jet society*, un troisième de participer à telle émission de divertissement. « Parler pour les médias, c'est devancer leurs exigences » (p. 148), c'est « se taire sur les médias » (p. 149) et sur leur rôle dans l'imposition de la pensée de marché.

Les livres récemment parus sur la presse aident à voir ce que Pierre Bourdieu a transmis à ses élèves de première ou de deuxième génération : non pas l'enseignement d'un savoir-faire, mais une ambition théorique où la recherche n'est pas à elle-même sa propre fin, pur jeu esthétique. Les dangers qui planent sur l'information dans les sociétés libérales et démocratiques concernent l'ensemble d'une profession et chacun d'entre nous. D'où la portée significative de cet ouvrage et d'autres comme celui-ci.

Eveline Pinto

Université Paris I  
eveline.pinto@wanadoo.fr

**Julien DUVAL, Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France.**

Paris, Éd. Le Seuil, coll. Liber, 2004, 384 p.

Pour la presse aussi, l'argent est le nerf de la guerre. Julien Duval a pour projet une critique des relations entre la presse et le pouvoir économique, au-delà de leurs manifestations les plus évidentes : non-respect des lois limitant la concentration, pression des annonceurs, influence des grands groupes industriels, absence ou perte d'indépendance éditoriale... Il souhaite introduire le lecteur « à une véritable compréhension des relations entre le journalisme et l'économie » (p. 13), et l'engager « à renouveler la problématique de la presse et l'argent » (p. 15). Il part à la