

L'information

Il a fallu que François Bayrou se fâche en direct sur TF1 pour que la question du pluralisme et de la concentration des principaux médias entre les mains de groupes privés, dépendant pour une large part de commandes d'État, devienne un sujet brûlant d'actualité. Le sujet mérite attention, mais le président du Modem pose-t-il bien la question ? Explications. **► Par Michel Diard**

NICOLAS SARKOZY DOIT-IL, au moins pour une part, son élection à la présidence de la République à sa proximité avérée avec les dirigeants des grands médias et au traitement de faveur dont il a bénéficié depuis plusieurs années ? Faut-il s'étonner que Bouygues lui ouvre toutes grandes les portes des studios du « 20 heures » de TF1, quand on sait que son PDG a été témoin de son mariage avec Cécilia et que ce dernier est le parrain du petit dernier du couple ? Doit-on s'interroger quand on sait qu'Arnaud Lagardère (patron d'Hachette et d'Europe 1), Bernard Arnault (à la tête de LVMH, mais aussi de *La Tribune* et de Radio Classique), que Serge Dassault (*Le Figaro*), Patrick Pinault (*Le Printemps* et la Redoute, mais aussi *Le Point*), Vincent Bolloré (*Matin Plus*, *Direct Soir* et *Direct 8*), et d'autres, comptent parmi les familiers du nouveau président de la République ? Les publications à propos de ces relations intimes ne manquent pas et font mine de s'interroger sur la question de l'indépendance de l'information et des journalistes.

La question était occultée au moment du référendum sur l'accord de Maastricht (en septembre 1992) et plus près de nous, au moment du référendum sur le projet de traité constitutionnel européen, au moment des grèves de novembre et décembre 1995 ou encore de celles liées au contrat première embauche. À chacun des rendez-vous électoraux, pourtant, on pouvait faire le même constat : les médias se conduisent de façon permanente en partisans et ne permettent pas aux citoyens de trouver les éléments du nécessaire débat démocratique. L'information est confisquée depuis longtemps au profit d'un courant de pensée et de son expression politique.

Dans un article publié le 4 juin dernier sur le site de l'association Action-critique-

médias, l'Acrimed (*), sous le titre « Sarkozy et les médias, les médias face à Sarkozy », Grégory Rzepski écrit : « Comment, en effet, ne pas trouver simplistes toutes ces soudaines prises de conscience qui attribuent les effets d'interdépendances structurelles aux seuls liens personnels qui ne sont que les révélateurs et les porteurs de cette interdépendance ? »

Le même auteur s'interroge : « Mais qu'est-ce qui nourrit de telles relations et les transforme en rapports d'influence ? Sans doute la conception que Sarkozy se fait de l'action politique en lui appliquant les formes de mise en scène importées de la télévision [...] »

Pour le président de la République, le pouvoir médiatique est inséparable du pouvoir économique et financier. Dans une période de contestation des politiques anti-sociales, il est nécessaire de s'assurer le contrôle de l'information pour aseptiser les citoyens. Mais l'argument est un peu court.

■ Concentrations dangereuses

Aussi Grégory Rzepski, co-animateur d'Acrimed, avance d'autres éléments de réflexion : « Les médias et les journalistes qui travaillent dans ces médias ne sont pas en apesanteur. Comme toutes les entreprises, comme tous les salariés, ils sont la proie et les acteurs de rapports de force politiques, économiques, sociaux, voire culturels... Des connivences, des interventions ? Certes. Mais les connivences personnelles reposent sur des connivences structurelles et les interventions ne sont déterminantes que parce qu'elles dépendent de convergences d'intérêt, consubstantielles à l'ordre médiatique existant. Reste donc à comprendre l'efficacité des interventions et des pressions, autrement dit, les effets de la convergence d'intérêts bien compris – cette connivence, voire cette alliance, politico-économique – entre le courant de la droite qui vient de s'emparer du pouvoir et le capital

qui détient les entreprises médiatiques. » Et de poursuivre : « Celles-ci sont, en effet, des propagandistes de la financiarisation et de la mondialisation capitalistes dont elles bénéficient ou dont elles cherchent à tirer les bénéfices. Pour elles, le programme libéral de Nicolas Sarkozy en fait l'homme de la situation. Il est le porte-parole de leurs intérêts. Elles sont le relais de ses projets. Rappelons qu'à la fin de l'année 2000, la capitalisation cumulée en Bourse de TF1, Canal + et M6 était supérieure à celle des groupes automobiles français. »

La concentration de tous les principaux médias entre les mains de quelques capitaines d'industrie, largement entamée depuis quelques années, a entraîné une modification du traitement de l'information.

L'introduction des nouvelles technologies et l'émergence de nouveaux médias, notamment Internet, nécessitent la mobilisation de capitaux importants, que seuls les capitaines d'industrie peuvent drainer. La financiarisation des médias, présentée comme inéluctable et nécessaire, répond à la financiarisation de l'économie en général. Les concentrations dans le secteur de l'information répondent, elle aussi, aux concentrations dans tous les secteurs industriels.

On remarquera que la question fait l'objet de nombreuses prises de position, de plusieurs rapports, visant au même but : présenter la nécessité des concentrations dans les médias. Le rapport d'Alain Lancelot sur « Les problèmes de concentration dans le domaine des médias », en 2005, ne disait pas autre chose. Ce rapport en inspirera un autre, œuvre du très libéral Institut Montaigne (créé par Claude Bébéar), pour qui la presse française n'est pas encore assez concentrée. Les conséquences de ces concentrations sont terribles pour le pluralisme et pour l'information. Dans le même article que ci-dessus, Grégory

en danger

Bourse de New York

Après un début de séance en hausse, la Bourse de New York a terminé en baisse. Le S&P 500 a perdu 1,24 point, à 1.418,12. Le Nasdaq a perdu 1,14 point, à 2.814,12. Le Dow Jones a perdu 1,24 point, à 11.418,12.

Classement des hedge funds en Europe

Hedge Fund	Classement
Abn-Amro	1
BlackRock	2
BNP Paribas	3
Commerzbank	4
Crédit Agricole	5
Deutsche Bank	6
HSBC	7
ING	8
JP Morgan Chase	9
Paribas	10

Principales participations de CAC 40

Participation	Pourcentage
BNP Paribas	1,7%
Crédit Agricole	1,2%
Orange	1,1%
Sanofi-Sintelabo	1,1%
St. Gobain	1,1%

creent le p...

L...

Les Echos

BUSINESS MANAGERS / P. 16
L'épargne entreprise séduit de plus en plus

GESTION D'ACTIFS / P. 24
La spécialisation des mandats institutionnels s'intensifie

La Tribune vigilante sur son avenir

Le big-bang fiscal de Nicolas Sarkozy

La Tribune

5 juin 2007 - N° 3.691 - 1,20 € - France

Les Echos

LE QUOTIDIEN DE L'ECONOMIE

www.lesechos.fr

'Etat appelle France Télécom
secours du désord...

Mardi 26 ju

► Rzepski écrit encore : « Préserver le pluralisme en laissant le secteur des médias sous l'emprise des concentrations financiarisées ? On ne peut le croire possible qu'à condition de confondre pluralité mercantile et pluralisme et de faire abstraction des intérêts politiques et économiques que servent les concentrations ».

■ Réactions aux Échos

En grève contre la mainmise de Bernard Arnault, patron de *La Tribune*, sur le groupe *Les Échos*, la mobilisation des journalistes des deux quotidiens économiques vient démontrer qu'une prise de conscience des ravages que les concentrations peuvent provoquer sur le pluralisme et sur la crédibilité de l'information est en train de se produire.

Les journalistes se sont levés pour refuser la loi dictée par leurs patrons qui entendent décider seuls de ce qui est bon pour les lecteurs. Ils se battent contre une direction, celle de *La Tribune*, qui, en pleine campagne électorale, n'a pas hésité à « caviarder » un article accompagnant un sondage jugé comme trop favorable à Ségolène Royal. Ils ont décidé de refuser une censure qui se cache de moins en moins, comme à *Paris-Match*, au *Journal du Dimanche*, à TFi1, et ailleurs. Cette révolte, c'est aussi celle de toute une profession qui n'admet plus de « vendre du temps de cerveau disponible à Coca-Cola », comme prétendait le faire Patrick Le Lay, l'ex-PDG de TFi1. Cette révolte, suffisamment rare pour être remarquée, est aussi la preuve que l'état de grâce du nouveau président de la République ne sera pas aussi serein qu'il l'espérait. C'est lui qui osait en effet assurer le 18 avril dernier sur France Inter : « Si vous regardez aujourd'hui la presse française, dire qu'il y a une concentration entre quelques grands groupes, c'est tout simplement le contraire de la vérité. Il y a un service public [...]. Qui peut dire que ce service public n'est pas indépendant ? Vous avez Bouygues qui est propriétaire de TFi1, Lagardère qui est propriétaire du groupe Hachette et d'Europe 1, le groupe Pearson pour *Les Échos*, Bernard Arnault pour *La Tribune*, la totalité de la presse quotidienne régionale qui appartient à d'autres familles que ceux-ci... »

Les journalistes des *Échos* et de *La Tribune* viennent de lui infliger un camouflet dont il se serait sans doute bien passé. En attendant de remettre en cause toutes les concentrations et d'imposer un véritable pluralisme. ■

(*) www.aclimed.org/article2640.html



CLAUDE CANDLIANO

Conseil constitutionnel et pluralisme

Quand le Conseil constitutionnel se penche sur le pluralisme dans les médias (cela lui arrive), ses décisions sont, au fond, assez décapantes. Mais il y a un hic : ses décisions ne sont jamais suivies d'effets.

Dans une décision du 10 octobre 1984, à propos de la loi « visant à limiter la concentration et à assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse » (sic), il relevait déjà :

« Considérant que le pluralisme des quotidiens d'information politique et générale est en lui-même un objectif de valeur constitutionnelle ; qu'en effet, la libre communication des pensées et des opinions, garantie par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, ne serait pas effective si le public auquel s'adressent ces quotidiens n'était pas à même de disposer d'un nombre suffisant de publications de tendances et de caractères différents ; que l'objectif à réaliser est que les lecteurs qui sont au nombre des destinataires essentiels de la liberté proclamée par l'article 11 de la Déclaration de 1789 soient à même d'exercer leur libre choix sans que ni les intérêts privés ni les pouvoirs publics puissent y substituer leurs propres décisions ni qu'on puisse en faire les objets d'un marché. »

Dans une autre décision, du 27 juillet 2000, à propos de l'audiovisuel, il relevait aussi :

« Le respect de ce pluralisme est une des conditions de la démocratie. La libre communication des pensées et des opinions, garantie par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, ne serait pas effective si le public auquel s'adressent les moyens de communication audiovisuels n'était pas à même de disposer, aussi bien dans le cadre du secteur privé que dans celui du secteur public, de programmes qui garantissent l'expression de tendances de caractère différent dans le respect de l'impératif d'honnêteté de l'information. En définitive, l'objectif à réaliser est que les auditeurs et les téléspectateurs qui sont au nombre des destinataires essentiels de la liberté proclamée par l'article 11 précité soient à même d'exercer leur libre choix sans que ni les intérêts privés ni les pouvoirs publics puissent y substituer leurs propres décisions, ni qu'on puisse en faire les objets d'un marché. »

Le candidat de la rupture osera-t-il mettre ces décisions du Conseil constitutionnel en œuvre ? ■

Pierre Musso
est enseignant-chercheur
à l'université de Rennes 2

Garantir les diverses formes de pluralisme

L'information est sous influence. La financiarisation de l'économie a atteint les médias et les groupes privés ont colonisé l'audiovisuel après avoir pris le contrôle de l'écrit. Il est urgent de réguler ce secteur en l'extirpant du marché. Pierre Musso, chercheur en sciences de l'information et de la communication, esquisse des solutions.

■ **NVO** – Peut-on dire que l'information est menacée de censure ?

Pierre Musso – En France, il n'y a plus de « censure » politique, comme celle qui pouvait s'exercer sur l'information à l'ORTF dans les années 1960. L'influence du politique sur les rédactions s'opère plus subtilement, par la survalorisation de certaines thématiques, poussant par exemple à la surmédiation des questions de sécurité pendant les campagnes électorales ou au silence sur d'autres questions sensibles de société. C'est plutôt en définissant ce à quoi il faut penser que ce qui ne doit pas être dit que s'opèrent les censures, voire l'autocensure des rédactions. Cela passe par la multiplication des conférences et communiqués de presse des dirigeants politiques, des directions de la communication des institutions et des entreprises. Il y a surtout le poids du « politiquement correct », c'est-à-dire l'idéologie ordinaire sur un sujet que partagent beaucoup de directions de l'information dans les médias, comme on l'a vu pendant la campagne sur le référendum sur la Constitution européenne de 2005 en France. Or, l'information est toujours une construction à partir d'une sélection de faits. Comme disait Baudrillard, c'est de plus en plus l'information qui fait l'événement, plutôt que l'inverse. Il y a aujourd'hui des nouvelles formes de censures qui viennent surtout des directions, voire des propriétaires des médias, comme on l'a vu à *Paris Match* récemment.

■ **Quelles sont ces nouvelles formes de censures ?**

C'est d'abord une censure économique-financière qui pèse sur les rédactions. La censure, c'est cette connivence des directions des médias entre elles et avec les élites économique-politiques. Mais il existe aussi une censure générale par la perte de sens et d'interprétation structurée des événements. Dans ce cas, il faudrait parler plutôt de « sensure » avec un « s ». C'est la multiplication des médias qui répètent inlassablement les mêmes mots, les mêmes analyses et les mêmes choix des faits d'actualité. Ainsi

s'effectue un contrôle continu des esprits auxquels on dit ce à quoi il faut penser et comment penser.

■ **Doit-on réguler les médias et comment ?**

Aujourd'hui, la régulation est de plus en plus économique et financière. À l'exception du service public, les médias dépendent surtout des décisions de leurs actionnaires et de leurs recettes publicitaires, donc des annonceurs. La régulation est faite par le marché. Or, en France, il existait historiquement deux modèles de régulation. D'un côté, celui de la presse écrite qui consiste à garantir le pluralisme par la pluralité des titres, à aider les titres les plus fragiles pour garantir le pluralisme des opinions, grâce à des aides diverses. D'un autre côté, il y a le mode de régulation appliqué à l'audiovisuel qui consistait à garantir le pluralisme par le monopole et par le service public pour préserver la radio et la télévision d'une possible tutelle étatique ou économique des grands groupes. Or, la dérégulation de l'audiovisuel engagée dans les années 1980, tend à identifier le pluralisme à la concurrence et donc au marché, tout en marginalisant le secteur public. Quant à l'autorité de régulation, le CSA, son rôle est secondaire par rapport aux logiques financières qui poussent à la concentration des médias.

Adopter ou renforcer la législation anti-concentration me semble être une priorité. Mais au-delà, il faut garantir les diverses formes de pluralisme des idées, des opinions, des esthétiques, des régions, dans les cahiers des charges des médias audiovisuels, accompagnés de sanctions et de mesures incitatives. Enfin, il faudrait développer la critique et l'éducation populaire aux médias.

■ **Pourquoi assiste-t-on à une « mercantilisation » exacerbée des médias ?**

Ce processus n'est pas spécifique aux médias, il semble s'étendre à toute la société, et il s'agit plus d'une financiarisation désormais que d'une mercantilisa-

tion. Dans les médias, ce processus est dû clairement à la dérégulation de l'audiovisuel qui a ouvert ces médias aux groupes qui, soit, existaient dans la presse, soit, ont profité de l'aubaine pour se diversifier dans un secteur à la fois rentable et source d'un important pouvoir d'influence. L'État s'étant désengagé, il a laissé le champ libre au marché comme l'illustre la privatisation de TF1 qui capte plus de la moitié des investissements publicitaires affectés à la télé. Or, il n'existe que deux moyens de financer les médias : soit par les recettes publicitaires, soit par le paiement direct par les consommateurs. Les dépenses de communication des ménages vont de plus en plus vers la vidéo, la télévision et surtout la téléphonie mobile. Du coup, la presse écrite quotidienne souffre du manque de recettes et se trouve plongée dans une crise d'autant plus profonde qu'Internet et les gratuits deviennent une source majeure d'information.

■ **Le salut, pour l'information, viendra-t-il d'Internet et des nouveaux médias ?**

En partie, Internet correspond assez bien au désir d'une information rapide, constamment actualisée, et le plus souvent gratuite. Les jeunes générations ont basculé vers ce mode de consommation de l'information. Toutefois, les différents types de médias continueront de coexister pendant longtemps. Il n'y aura pas de substitution, mais une diversification des médias. Sur Internet, le problème est celui de la fiabilité des informations car le contrôle des sources n'est pas fait par des journalistes professionnels qui ont une formation et une éthique. De plus, le modèle économique d'Internet n'est pas stabilisé, et il y a déjà une information à deux vitesses selon que l'utilisateur paie ou pas l'accès à certaines sources. Enfin, n'oublions pas qu'Internet n'est toujours pas régulé par la communauté internationale et que cette régulation fait l'objet d'un affrontement, notamment entre les États-Unis et le reste du monde. ■ PROPOS RECUEILLIS PAR MICHEL DIARD