

SUR LA TÉLÉVISION

Pierre Bourdieu, extraits, 1996

http://www.dailymotion.com/video/xk6fk_bourdieu-sur-la-television_shortfilms

“Il est évident qu’il y a des choses qu’un gouvernement ne fera pas à Bouygues sachant que Bouygues est derrière TF1. Ce sont là des choses tellement grosses et grossières que la critique la plus élémentaire les perçoit, mais qui cachent les mécanismes anonymes, invisibles, à travers lesquels s’exercent les censures de tous ordres qui font de la télévision un formidable instrument de maintien de l’ordre symbolique.” (page 14)

“Les prestidigitateurs ont un principe élémentaire qui consiste à attirer l’attention sur autre chose que ce qu’ils font. Une part de l’action symbolique de la télévision, au niveau des informations par exemple, consiste à attirer l’attention sur des faits qui sont de nature à intéresser tout le monde, dont on peut dire qu’ils sont omnibus - c’est-à-dire pour tout le monde. Les faits omnibus sont des faits qui, comme on dit, ne doivent choquer personne, qui sont sans enjeu, qui ne divisent pas, qui font le consensus, qui intéressent tout le monde mais sur un mode tel qu’ils ne touchent à rien d’important.” (page 16)

“La télévision a une sorte de monopole de fait sur la formation des cerveaux d’une partie très importante de la population. Or, en mettant l’accent sur les faits divers, en remplissant ce temps rare avec du vide, du rien ou du presque rien, on écarte les informations pertinentes que devrait posséder le citoyen pour exercer ces droits démocratiques.” (page 18)

CACHER EN MONTRANT (Pages 17-22)

« J’ai mis l’accent sur le plus visible. Je voudrais aller vers des choses légèrement moins visibles en montrant comment la télévision peut, paradoxalement, cacher en montrant autre chose que ce qu’il faudrait montrer si on faisait ce que l’on est censé faire, c’est-à-dire informer ; ou encore en montrant ce qu’il faut montrer, mais de telle manière qu’on ne le montre pas ou qu’on le rend insignifiant, ou en le construisant de telle manière qu’il prend un sens qui ne correspond pas du tout à la réalité.

Sur ce point, je prendrai deux exemples empruntés aux travaux de Patrick Champagne. Dans “La misère du monde”, Patrick Champagne a consacré un chapitre à la représentation que les médias donnent des phénomènes dits de « banlieue » et il montre comment les journalistes, portés à la fois par les propensions inhérentes à leur métier, à leur vision du monde, à leur formation, à leurs dispositions, mais aussi par la logique de la profession, sélectionnent dans cette réalité particulière qu’est la vie des banlieues, un aspect tout à fait particulier, en fonction des catégories de perception qui leur sont propres.

La métaphore la plus communément employée par les professeurs pour expliquer cette notion de catégorie, c’est-à-dire ces structures invisibles qui organisent le perçu, déterminant ce qu’on voit et ce qu’on ne voit pas, est celle des lunettes. Ces catégories sont le produit de notre éducation, de l’histoire, etc. Les journalistes ont des « lunettes » particulières à partir desquelles ils voient certaines choses et pas d’autres ; et voient d’une certaine manière les choses qu’ils voient. Ils opèrent une sélection et une construction de ce qui est sélectionné.

Le principe de sélection, c’est la recherche du sensationnel, du spectaculaire. La télévision appelle à la dramatisation, au double sens : elle met en scène, en images, un événement et elle en exagère l’importance, la gravité, et le caractère dramatique, tragique. Pour les banlieues, ce qui intéressera ce sont les émeutes. C’est déjà un grand mot... (On fait le même travail sur les mots. Avec des mots ordinaires, on n’“épate pas le bourgeois », ni le « peuple ». Il faut des mots extraordinaires. En fait, paradoxalement, le monde de l’image est dominé par les mots. La photo n’est rien sans la légende qui dit ce qu’il faut lire – legendum – c’est-à-dire, bien souvent, des légendes, qui font voir n’importe quoi. Nommer, on le sait, c’est faire voir, c’est créer, porter à l’existence. Et les mots peuvent faire des ravages : islam, islamique, islamiste – le foulard est-il islamique ou islamiste ? Et s’il s’agissait simplement d’un fichu, sans plus ?

Il m’arrive parfois d’avoir envie de reprendre chaque mot des présentateurs qui parlent souvent à la légère, sans avoir la moindre idée de la difficulté et de la gravité de ce qu’ils évoquent et des responsabilités

qu’ils encourent en les évoquant, devant des milliers de téléspectateurs, sans les comprendre et sans comprendre qu’ils ne les comprennent pas. Parce que ces mots font des choses, créent des fantasmes, des peurs, des phobies ou, simplement, des représentations fausses).

Les journalistes, grosso modo, s’intéressent à l’exceptionnel, à ce qui est exceptionnel pour eux. Ce qui peut être banal pour d’autres pourra être extraordinaire pour eux ou l’inverse. Ils s’intéressent à l’extraordinaire, à ce qui rompt avec l’ordinaire, à ce qui n’est pas quotidien – les quotidiens doivent offrir quotidiennement de l’extra-quotidien, ce n’est pas facile... D’où la place qu’ils accordent à l’extraordinaire ordinaire, c’est aussi prévu par les attentes ordinaires, incendies, inondations, assassinats, faits divers. Mais l’extraordinaire c’est aussi et surtout ce qui n’est pas ordinaire par rapport aux autres journaux. C’est ce qui est différent de ce que les autres journaux disent de l’ordinaire, ou disent ordinairement. C’est une contrainte terrible : celle qu’impose la poursuite du scoop. Pour être le premier à voir et à faire voir quelque chose, on est prêt à peu près à n’importe quoi, et comme on se copie mutuellement en vue de devancer les autres, de faire avant les autres, ou de faire autrement que les autres, on finit par faire tous la même chose, la recherche de l’exclusivité, qui, ailleurs, dans d’autres champs, produit l’originalité, la singularité, aboutit ici à l’uniformisation et à la banalisation.

Cette recherche intéressée, acharnée, de l’extraordinaire peut avoir, autant que les consignes directement politiques ou les auto-censures inspirées par la crainte de l’exclusion, des effets politiques. Disposant de cette force exceptionnelle qu’est celle de l’image télévisée, les journalistes peuvent produire des effets sans équivalents. La vision quotidienne d’une banlieue, dans sa monotonie et sa grisaille, ne dit rien à personne, n’intéresse personne, et les journalistes moins que personne. Mais s’intéresseraient-ils à ce qui se passe vraiment dans les banlieues et voudraient-ils vraiment le montrer, que ce serait extrêmement difficile, en tout cas. Il n’y a rien de plus difficile que de faire ressentir la réalité dans sa banalité. Flaubert aimait à dire : « il faut peindre bien le médiocre ». C’est le problème que rencontrent les sociologues : rendre extraordinaire l’ordinaire ; évoquer l’ordinaire de façon à ce que les gens voient à quel point il est extraordinaire.

Les dangers politiques qui sont inhérents à l’usage ordinaire de la télévision tiennent au fait que l’image a cette particularité qu’elle peut produire ce que les critiques littéraires appellent l’effet de réel, elle peut faire voir et faire croire à ce qu’elle fait voir. Cette puissance d’évocation a des effets de mobilisation. Elle peut faire exister des idées ou des représentations, mais aussi des groupes. Les faits divers, les incidents ou les accidents quotidiens, peuvent être chargés d’implications politiques, éthiques, etc. propres à déclencher des sentiments forts, souvent négatifs, comme le racisme, la xénophobie, la peur-haine de l’étranger et le simple compte-rendu, le fait de rapporter, to record, en reporter, implique toujours une construction sociale de la réalité capable d’exercer des effets sociaux de mobilisation (ou de démobilitation).

Autre exemple que j’emprunte à Patrick Champagne, celui de la grève des lycéens de 1986, où l’on voit comment les journalistes peuvent, en toute bonne foi, en toute naïveté, en se laissant conduire par leurs intérêts, - ce qui les intéresse -, leurs présupposés, leurs catégories de perception et d’appréciation, leurs attentes inconscientes, produire des effets de réel et des effets dans le réel, effets qui ne sont voulus par personne et qui, en certains cas, peuvent être catastrophiques. Les journalistes avaient en tête mai 1968 et la peur de « rater « un nouveau 68 ». On a affaire à des adolescents pas très politisés qui ne savent pas trop quoi dire, alors on suscite des porte-parole (sans doute parmi les plus politisés d’entre eux) et on les prend au sérieux et les porte-parole se prennent au sérieux. Et, de fil en aiguille, la télévision qui prétend être un instrument d’enregistrement, devient instrument de création de réalité. On va de plus en plus vers des univers où le monde social est décrit-prescrit par la télévision.

La télévision devient l’arbitre de l’accès à l’existence sociale et politique. Supposons qu’aujourd’hui je veuille obtenir le droit à la retraite à 50 ans. Il y a quelques années, j’aurais fait une manifestation, on aurait pris des pancartes, on aurait défilé, on aurait été au Ministère de l’Education Nationale ; aujourd’hui, il faut prendre – j’exagère à peine – un conseiller en communication habile. On fait à l’intention des médias, quelques trucs qui vont les frapper : un déguisement, des masques, et on obtient, par la télévision, un effet qui peut n’être pas loin de celui qu’obtiendrait une manifestation de 50 000 personnes.

Un des enjeux des luttes politiques, à l'échelle des échanges quotidiens ou à l'échelle globale, est la capacité d'imposer des principes de vision du monde, des lunettes telles que les gens voient le monde selon certaines divisions (les jeunes, les vieux, les étrangers et les Français). En imposant ces divisions, on fait des groupes, qui se mobilisent et qui, ce faisant, peuvent parvenir à convaincre de leur existence, à faire pression et à obtenir des avantages. Dans ces luttes, aujourd'hui, la télévision joue un rôle déterminant. Ceux qui en sont encore à croire qu'il suffit de manifester sans s'occuper de la télévision risquent de rater leur coup : il faut de plus en plus produire des manifestations pour la télévision, c'est-à-dire des manifestations qui soient de nature à intéresser les gens de télévision étant donné ce que sont leurs catégories de perception, et qui, relayées, amplifiées par eux, recevront leur pleine efficacité. » (Pages 17-22)

"On dit toujours, au nom du credo libéral, que le monopole uniformise et que la concurrence diversifie. Je n'ai rien, évidemment contre la concurrence, mais j'observe seulement que, lorsqu'elle s'exerce entre des journalistes ou des journaux qui sont soumis aux mêmes contraintes, aux mêmes sondages, aux mêmes annonceurs (il suffit de voir avec quelle facilité les journalistes passent d'un journal à l'autre), elle homogénéise." (page 23)

"L'audimat, c'est cette mesure du taux d'audience dont bénéficient les différentes chaînes (il y a des instruments, actuellement, dans certaines chaînes qui permettent de vérifier l'audimat quart d'heure par quart d'heure et même, c'est un perfectionnement qui a été introduit récemment, de voir les variations par grandes catégories sociales). On a donc une connaissance très précise de ce qui passe et de ce qui ne passe pas. Cette mesure est devenue le jugement dernier du journaliste, jusque dans les lieux les plus autonomes du journalisme, à part peut-être Le Canard Enchaîné, Le Monde diplomatique, et quelques petites revues d'avant-garde, animées par des gens généreux et "irresponsables", l'audimat est actuellement dans tous les cerveaux." (page 28)

"Vous avez des professionnels du plateau, des professionnels de la parole et du plateau, et en face d'eux des amateurs (ça peut être des grévistes qui, autour d'un feu de bois vont...), c'est d'une inégalité extraordinaire. Et pour établir un tout petit peu d'égalité, il faudrait que le présentateur soit inégal, c'est-à-dire qu'il assiste les plus démunis relativement, comme nous l'avons fait notre travail d'enquête pour La Misère du monde." (page 36)

"Poussées par la concurrence pour les parts de marché, les télévisions recourent de plus en plus aux vieilles ficelles des journaux à sensation, donnant la première place, quand ce n'est pas toute la place aux faits divers ou aux nouvelles sportives..." (page 59)

"On peut et on doit lutter contre l'audimat au nom de la démocratie. Ça paraît presque paradoxal parce que les gens qui défendent l'audimat prétendent qu'il n'y a rien de plus démocratique (c'est l'argument favori des annonceurs et des publicitaires les plus cyniques, relayés par certains sociologues, sans parler des essayistes aux idées courtes, qui identifient la critique des sondages - de l'audimat - à la critique du suffrage universel, qu'il faut laisser aux gens la liberté de juger, de choisir ("ce sont vos préjugés d'intellectuels qui vous portent à considérer tout ça comme méprisables"). L'audimat, c'est la sanction du marché, de l'économie, c'est-à-dire d'une légalité externe et purement commerciale, et la soumission aux exigences de cet instrument de marketing est l'exact équivalent en matière de culture de ce qu'est la démagogie orientée par les sondages d'opinion en matière de politique. La télévision régie par l'audimat contribue à faire peser sur le consommateur supposé libre et éclairé les contraintes du marché, qui n'ont rien de l'expression démocratique d'une opinion collective éclairée, rationnelle, d'une raison publique, comme veulent le faire croire les démagogues cyniques." (page 77)

"C'est là que la critique simpliste est dangereuse : elle dispense de tout le travail qu'il faut faire pour comprendre des phénomènes comme le fait que, sans que personne ne l'ait voulu vraiment, sans que les gens qui financent aient eu tellement à intervenir, on a ce produit très étrange qu'est le "journal télévisé", qui convient à tout le monde, qui confirme des choses déjà connues, et surtout qui laisse intactes les structures mentales"

"Les faits divers, je l'ai dit, ont pour effet de faire le vide politique, de dépolitiser et de réduire la vie du monde à l'anecdote et au ragot (qui peut être national ou planétaire, avec la vie des stars ou des familles royales), en fixant et en retenant l'attention sur des événements sans conséquences

politiques, que l'on dramatise pour en "tirer des leçons" ou pour les transformer en "problèmes de société": c'est là, bien souvent, que les philosophes de télévision sont appelés à la rescousse, pour redonner sens à l'insignifiant, à l'anecdotique et à l'accidentel, que l'on a artificiellement porté sur le devant de la scène et constitué en événement, port d'un fichu à l'école, agression d'un professeur ou tout autre "fait de société" bien fait pour susciter des indignations pathétiques à la Finkelkraut ou des considérations moralisantes à la Comte-Sponville."

"Mais à ceux qui opposent toujours au sociologue son déterminisme et son pessimisme, j'objecterai seulement que si les mécanismes structureaux qui engendrent les manquements à la morale devenaient conscients, une action consciente visant à les contrôler deviendrait possible."

CONTRE-FEUX

Pierre Bourdieu, extraits tome II, 2001

"L'histoire sociale enseigne qu'il n'y a pas de politique sociale sans un mouvement social capable de l'imposer (et que ce n'est pas le marché, comme on tente de le faire croire aujourd'hui, mais le mouvement social qui a "civilisé" l'économie de marché, tout en continuant grandement à son inefficacité). En conséquence, la question, pour tous ceux qui veulent réellement opposer une Europe sociale à une Europe des banques et de la monnaie, flanquée d'une Europe policière et pénitentiaire (déjà très avancée) et d'une Europe militaire (conséquence probable de l'intervention au Kosovo), est de savoir comment mobiliser les forces capables de parvenir à cette fin et à quelles instances demander ce travail de mobilisation." (page 17)

"Seule une utopie rationnelle comme celle qui proposerait l'espérance d'une vraie Europe sociale pourrait assurer aux syndicats la vaste base militante qui leur fait défaut et qui les encouragerait ou les obligerait à s'arracher aux intérêts corporatifs à court terme, issus notamment de la concurrence pour le meilleur positionnement sur le marché des services et de bénéfices sociaux." (page 23)

"Le néolibéralisme vise à détruire l'Etat sociale, la main gauche de l'Etat (dont il est facile de montrer qu'il est le garant des intérêts des dominés, démunis culturellement et économiquement, femmes, ethnies stigmatisées, etc.) Le cas le plus exemplaire est celui de la santé que la politique néo-libérale attaque par les deux bouts, en contribuant à l'accroissement du nombre des maladies (à travers la corrélation entre la misère, causes structurelles - et la maladie : alcoolisme, drogue, délinquance, accident du travail, etc.) et en réduisant les ressources médicales, les moyens de soigner (c'est l'exemple de la Russie, où l'espérance de vie a baissé de 10 ans en 10 ans ! - de l'Angleterre)." (page 56)

"Contrairement à l'idée répandue que la politique de "mondialisation" tend à favoriser leur dépérissement, les Etats continuent en fait à jouer un rôle déterminant au service de la politique qui les affaiblit. Il est remarquable que les politiques visant à déposséder les Etats au profit des marchés financiers ont été édictés par des Etats, et, qui plus est, des Etats gouvernés par des socialistes. Ce qui signifie que les Etats, et tout spécialement ceux qui sont gouvernés par des sociaux-démocrates, contribuent au triomphe du néo-libéralisme, non seulement en travaillant à la destruction de l'Etat social (c'est-à-dire notamment des droits de travailleurs et des femmes, mais aussi en cachant les pouvoirs qu'ils relaient." (page 69)

"La "civilisation" du jean, du coca-cola et du McDonald's a pour elle non seulement le pouvoir économique mais aussi le pouvoir symbolique qui s'exerce par l'intermédiaire d'une séduction à laquelle les victimes elles-mêmes contribuent. En faisant des enfants et des adolescents, surtout les plus dépourvus de systèmes de défense immunitaires spécifiques, les cibles privilégiées de leur politique commerciale, les grandes entreprises de production et de diffusion culturelle, et spécialement de cinéma, s'assurent, avec l'appui de la publicité et des médias, à la fois contraints et complices, une emprise extraordinaire, sans précédent, sur l'ensemble des sociétés contemporaines qui s'en trouvent comme infantilisées." (page 80)

"La concentration du capital financier dans les fonds de pension et les fonds mutuels qui attirent et gèrent l'épargne collective permet aux gestionnaires transétatiques de cette épargne d'imposer aux entreprises, au nom des intérêts des actionnaires, des exigences de rentabilité financière

qui orientent peu à peu leurs stratégies. Cela notamment en limitant leurs possibilités de diversification et en leur imposant des décisions de downsizing, de réduction des coûts et des effectifs, ou des fusions-acquisitions qui font retomber tous les risques sur les salariés, parfois fictivement associés aux profits, au moins pour les plus haut placés d'entre eux, à travers les rémunérations en actions." (page 104)

"La télévision a sans doute contribué autant que les pots de vin à la dégradation de la vertu civile. Elle a appelé et poussé sur le devant de la scène politique et intellectuelle des "m'as-tu vu ?" soucieux avant tout de se faire voir et de se faire valoir, en contradiction totale avec les valeurs de dévouement obscur à l'intérêt collectif que faisait le fonctionnaire ou le militant."

"Ce qui me frappe, c'est le silence des politiques. Ils sont formidablement à court d'idéaux mobilisateurs. Sans doute parce que la professionnalisation de la politique et les conditions exigées de ceux qui veulent faire carrière dans les partis excluent de plus en plus les personnalités inspirées. Sans doute aussi parce que la définition de l'activité politique a changé avec l'arrivée d'un personnel qui a appris dans les écoles (de sciences politiques) que, pour faire sérieux ou tout simplement pour éviter de paraître ringard ou paléo, il vaut mieux parler de gestion que d'auto-gestion et qu'il faut, en tout cas, se donner les apparences (c'est à dire le langage) de la rationalité scientifique."

"[...] on a le sentiment, aujourd'hui, que le citoyen, se sentant rejeté à l'extérieur de l'état (qui au fond ne lui demande rien en dehors de contributions matérielles obligatoires, et surtout pas du dévouement, de l'enthousiasme), rejette l'état, le traite comme une puissance étrangère qu'il utilise au mieux de ses intérêts."

"Pour combattre le mythe de la mondialisation, qui a pour fonction de faire accepter une restauration, un retour à un capitalisme sauvage, mais rationalisé, et cynique, il faut revenir aux faits. Si l'on regarde les statistiques, on observe que la concurrence que subissent les travailleurs européens est pour l'essentiel intra-européenne. Selon les sources que j'utilise, 70% des échanges économiques des nations européennes s'établissent avec d'autres pays européens. En mettant l'accent sur la menace extra-européenne, on cache que le principal danger est constitué par la concurrence interne des pays européens et ce qu'on appelle parfois le social-dumping : les pays européens à faible protection sociale, à salaires bas, peuvent tirer parti de leurs avantages dans la compétition, mais en tirant vers le bas les autres pays, ainsi contraints d'abandonner les acquis sociaux pour résister. Ce qui implique que, pour échapper à cette spirale, les travailleurs des pays avancés ont intérêt à s'associer aux travailleurs des pays les moins avancés pour garder leurs acquis et pour en favoriser la généralisation à tous les travailleurs européens."

JOURNALISME ET ÉTHIQUE

Actes du colloque fondateur du centre de recherche de l'École Supérieure de Journalisme (Lille), Les cahiers du journalisme, 1996.

Lorsque, il y a deux ou trois ans à Carcans, nous étions quelques-uns, dont Patrick Champagne et Patrick Pépin, à discuter sur la nécessité d'une collaboration entre chercheurs et journalistes, je n'aurais pas espéré que nous aurions si vite l'occasion de voir la création d'un centre de recherche sur le journalisme comme celui-ci.

Ma contribution à la création de ce centre pourrait être simplement de soumettre quelques questions à la discussion des participants de ce colloque. Il est important qu'un groupe, quel qu'il soit, et plus particulièrement un groupe dont les responsabilités sont aussi importantes que celui des journalistes, se pose explicitement le problème de l'éthique et s'efforce d'élaborer sa propre déontologie. Cela dit, au risque de paraître un peu rabat-joie, mais c'est souvent le rôle du sociologue, je dois rappeler qu'une éthique en l'air, non enracinée dans une connaissance des pratiques réelles, a de bonnes chances de fournir seulement des instruments d'auto-justification, pour ne pas dire d'auto-mystification. Et il est vrai que, souvent, le discours éthique a surtout pour effet de permettre à un groupe de se donner bonne conscience tout en donnant de lui-même une bonne image. C'est pourquoi il me faut mettre en garde contre le danger de déplacement ou de détournement que l'on opère aussi longtemps que l'on fait croire (et que l'on se fait croire) qu'on peut poser en termes de "conscience" et de "volonté", et même de conscience individuelle (ce sont les deux présupposés de toute éthique), des problèmes

qui ne dépendent en réalité que très peu des consciences et des volontés mais dont la solution repose sur l'efficacité de mécanismes sociaux.

Le rôle de la science sociale est de rappeler l'existence de ces mécanismes, non pour désespérer les consciences et les volontés, mais, au contraire, pour leur donner un peu de liberté réelle par rapport aux mécanismes auxquels elles sont soumises. Chaque profession produit une idéologie professionnelle, une représentation plus ou moins idéale et mythifiée d'elle-même, le groupe des journalistes comme tous les autres. La fonction du sociologue est, selon moi, d'aider autant qu'il se peut à ce travail un peu désenchanté. Ce n'est pas toujours ainsi que ceux qui se donnent le nom de sociologues entendent leur profession. Et il y a des sociologues du journalisme qui, parce qu'elles sont trop impliquées dans le jeu journalistique, renvoient aux journalistes l'image d'eux-même qu'ils veulent avoir, juste un tout petit peu corrigée pour lui donner des allures savantes. La sociologie telle que je la conçois, et que j'ai appliquée au monde universitaire (dans Homo Academicus), ce qui m'a valu quelques désagréments, doit soumettre à la critique objective les discours que les groupes tiennent à propos de leur pratiques, au lieu de se contenter de les enregistrer, sans plus, et de leur donner ainsi l'apparence d'une ratification scientifique. Et l'une des premières tâches serait d'analyser les discours que les journalistes tiennent sur eux-même ainsi que ceux que certains "sociologues" tiennent sur les journalistes avec leur approbation ou leurs applaudissements.

Ce scepticisme, pour ne pas dire ce doute radical, à l'égard des professions de foi éthiques, ne signifie pas que rien n'est possible. Mais il est important de distinguer selon le vieux précepte stoïcien, ce qui dépend de nous et ce qui ne dépend pas de nous ; cela au moins pour éviter d'abandonner ou d'imputer aux individus des responsabilités trop évidemment démesurées. Au lieu de faire de la morale et d'en appeler aux consciences et aux volontés, on peut demander au groupe de créer les conditions dans lesquelles ses membres auront plus de chances de se conduire moralement. Pour justifier ce changement de langage et de perspective, je voudrais faire ici référence à Machiavel qui disait à peu près que la République est un régime dans lequel les citoyens ont intérêt à la vertu parce que la vertu y a plus de chances d'être récompensée. Il faudrait, pour compléter et corriger Machiavel, citer aussi Aristote disant que "la vertu veut une certaine aisance". Bref, il faut prendre acte des conditions sociales (et économiques), positives et négatives, de l'exercice de l'éthique, et, si l'on veut vraiment les conduites morales que l'on appelle, refuser de se contenter de prêcher (en se plaignant, à l'occasion, de prêcher dans le désert, avec les profits corrélatifs de "belle âme") et travailler pratiquement à instaurer les conditions économique et sociales propres à donner toute son efficacité à la prédication éthique. Bref, il faut, sous peine de pharisaïsme, travailler à créer dans l'organisation même de l'ordre public, les conditions de possibilité d'une vertu civile, dont le journalisme est un des lieux d'exercice privilégiés, parce que, comme je le crois, il est un service public. La seule question est de savoir comment faire pour que les journalistes, qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas disposés à la vertu, aient intérêt à être journalistiquement vertueux et qu'ils conçoivent le service public qui leur incombe comme un véritable service du public au lieu de le réduire à la pure et simple soumission au public, c'est-à-dire au marché, à la loi de l'audimat. Ou pour aller vers une formulation plus proche de la pratique : comment renforcer les contraintes que l'on peut appeler "vertueuses", c'est-à-dire celles qui poussent à la vertu, et comment affaiblir, en les débusquant pour les contrecarrer, les contraintes "vicieuses", c'est-à-dire celles qui poussent à la faute ou à l'erreur ?

Avant d'entrer dans la recherche des principes pratiques d'action, je voudrais faire quelques rappels théoriques qui me semblent nécessaires pour essayer au moins de convaincre que l'on peut parler du journalisme dans un langage qui ne soit pas de la "critique" ou du "procès". Les journalistes sont très susceptibles et supportent relativement mal l'analyse (particulièrement mal même, sans doute parce qu'il s'agit d'un milieu à la fois puissant et fragile, faible, menacé). Il n'y a pas de milieu qui aime être objectivé. Le sociologue est mal vu parce qu'il dit des choses qu'on ne veut pas savoir (et pas seulement, comme les bons journalistes, des choses qu'il est difficile de savoir parce qu'elles sont cachées ou secrètes).

Voilà pourquoi ce n'est pas sans crainte d'être mal entendu que je vais me livrer (rapidement) à un petit exercice d'objectivation. L'univers journalistique est ce que j'appelle un champ relativement autonome, c'est-à-dire un espace de jeu où les gens jouent selon des règles particulières, ou, plus exactement, des régularités spécifiques - ce n'est pas exactement la même chose - différentes par exemple de celles du jeu scientifique ;

un microcosme dans lequel ils développent des intérêts spécifiques, qui sont au principe de luttes spécifiques, dont les plus typiques sont les luttes de priorité. Mais si le journaliste et le physicien, que tout sépare en apparence, ont en commun qu'il faut arriver le premier (pour diffuser une nouvelle ou pour annoncer une découverte), le contrôle des moyens qui peuvent être mis en œuvre pour triompher est beaucoup plus strict dans le champ scientifique, qui est beaucoup mieux protégé et protège donc beaucoup mieux contre les tentatives et la tentation de la falsification. Le jeu journalistique a donc une logique propre qui fait qu'on ne peut comprendre complètement les actes d'un journaliste quel qu'il soit si on ne réfère pas ce qu'il fait à l'espace du journalisme, c'est-à-dire à l'ensemble des relations qui l'unissent à tous les autres journalistes. On peut voir un exemple de ces effets de champ dans le fait que, quand un des organes de presse qui comptent, c'est-à-dire qui ont du poids dans le champ, traite un sujet, tous les autres sont obligés d'en parler. Ou encore dans le fait que, la structure du champ journalistique ayant été profondément modifiée par l'intrusion de la télévision et, avec elle, de l'audimat, les effets de ce changement se sont fait sentir jusque dans les régions les plus autonomes de ce champ, jusqu'au Monde et à France Culture par exemple.

Une des propriétés les plus importantes du jeu journalistique réside dans sa faible autonomie - en comparaison, par exemple, avec le champ scientifique - c'est-à-dire dans le fait qu'il est fortement soumis à des contraintes externes comme celles que font peser, directement ou indirectement, les annonceurs, les sources et aussi la politique.

Le champ journalistique est structuré comme la plupart des champs de production culturelle (par exemple le champ artistique depuis la révolution impressionniste), autour de l'opposition entre, pour aller vite, "le pur" et "le commercial", entre ceux qui mettent la politique étrangère en tête, qui valorisent le commentaire, etc., et ceux qui se plient à la demande en offrant du national ou du local et surtout du sensationnel et du sensible, et cela avec les apparences de la vertu puisque, si l'on accepte la logique du plébiscite, on peut voir dans ce choix les apparences d'une soumission démocratique aux attentes du plus grand nombre.

Du fait de l'irruption de la télévision, le pôle le plus hétéronome d'un champ déjà relativement peu autonome s'est trouvé renforcé au point d'être en mesure d'imposer la loi de l'hétéronomie à l'ensemble du champ journalistique mais aussi sur les stratégies des journaux et des journalistes - dont témoigne par exemple la capacité croissante de la télévision, elle-même déterminée par l'audimat et le sondage, à déterminer l'ordre du jour des journaux ou le fait que les journaux font une place de plus en plus grande à tout ce qui touche à la télévision et à ses programmes).

Armé de cette analyse, on peut tenter d'élever la propension collective à la vertu en essayant d'agir en vue de renforcer les contraintes vertueuses, c'est-à-dire les mécanismes qui tendent à imposer le respect des règles constitutives du jeu, ou, plus profondément, en vue de renforcer la spécificité et l'efficacité de ces règles en travaillant à renforcer l'autonomie de ce champ journalistique, notamment par rapport à l'audimat. Il va de soi que tous les journalistes n'ont pas également intérêt à ce renforcement. Tout permet de supposer que la propension à agir en faveur d'une action visant à renforcer l'autonomie à l'égard de tous les pouvoirs externes dépend du degré d'autonomie des différents journalistes (qui peut se mesurer).

De façon générale, l'univers journalistique étant relativement peu autonome, toute action visant à instaurer les conditions favorables à la vertu trouvera moins qu'ailleurs des appuis dans la logique interne du milieu : les censures externes y sont beaucoup plus puissantes (à des degrés différents selon la position dans le champ) que les censures internes, imposées par le respect des règles et des valeurs impliquées dans l'idéal de l'autonomie. Les premières s'exercent à travers les incertitudes, faciles à transformer en menaces, liées à l'insécurité de l'emploi qui mettent les jeunes journalistes devant l'alternative de disparaître très vite ou de faire leur trou en essayant de faire des "coups", c'est-à-dire bien souvent en acceptant de transgresser les normes de la déontologie journalistique, ou de se résigner à la soumission désenchantée ou au "fayotage" cynique ou désespéré. Pareille conjoncture ne peut que renforcer l'arbitraire des "chefs" qui, souvent promus pour leur opportunisme et leur soumission, trouvent un autre renforcement dans la pression de l'audimat qui donne raison, en apparence, à leur démission et à leur cynisme.

Pour que le poids des censures internes se renforce par rapport aux censures externes, il faudrait que le collectif des journalistes s'institue en

instance efficace de jugement critique, capable d'opposer à l'audimat sa légitimité spécifique.

Il faudrait essayer de concevoir quelque chose comme une instance de régulation des entrées dans la profession capable de protéger le corps contre l'intrusion de gens qui n'accepteraient pas certaines règles du jeu, ou ne seraient pas en état de les accepter. (Il ne suffit pas de faire prêter aux journalistes une sorte de serment d'Hippocrate ; il faut qu'ils soient en mesure de respecter effectivement les règles). Mais, il faudrait travailler surtout au renforcement des censures croisées. Les champs les plus autonomes, comme le champ des mathématiciens par exemple, sont réglés moins par des instances du type "ordre professionnel" que par la pratique de la critique mutuelle. Or, ce qui frappe, c'est la propension du milieu journalistique à accorder son indulgence aux scandales spécifiques, c'est-à-dire à des actes qui sont des transgressions évidentes des règles officielles du métier. Il faudrait analyser les fonctions sociales de cette espèce de "loi du milieu" qui fait qu'"on n'attaque pas les concurrents". Pour des raisons que je ne comprends pas bien, le milieu journalistique refuse la critique mutuelle qui se pratique dans tous les champs de la production culturelle et sur laquelle repose tous les progrès de la science, de l'art, de la littérature. Mis à part le Canard enchaîné (et encore, il ne le fait que très rarement et en mettant les formes), les journaux ne publient pas le cinquantième des informations qu'ils ont sur leurs concurrents et il est très rare que le milieu journalistique engendre des polémiques qui, à mon avis, feraient progresser l'autonomie, et dans lesquelles s'inventeraient et s'exercerait une vraie déontologie pratique (et non pas théorique et programmatique). Les « Guignols de l'Info » comblent probablement une lacune dans la mesure où ils disent ce que beaucoup de gens pensent dans le milieu sans être en état de le faire savoir (sauf en privé).

On ne peut donc attendre un renforcement durable du camp de la morale journalistique que d'un renforcement de la critique interne et aussi de la critique externe, et en particulier d'une analyse sociologique objectivante à laquelle les journalistes ont d'autant plus intérêt (même s'ils croient souvent le contraire) qu'ils sont proches du pôle autonome. Les journalistes ne sont pas les seuls concernés. Les artistes, les écrivains et les savants, mais aussi les hommes politiques, et à travers tous ceux-là, l'ensemble des citoyens ont intérêt à ce renforcement des conditions sociales de la vertu journalistique. Étant donné le poids déterminant que le journalisme fait peser aujourd'hui sur tous les champs spécialisés (que l'on pense au droit et à la magistrature, ou à la médecine, sans parler de la culture), le champ journalistique a la possibilité d'imposer à tous les champs ce qui lui est à lui-même imposé du dehors.

Je pense par exemple à la critique dont l'indépendance est une des conditions majeures de l'autonomie des univers de production culturelle (littérature, art, science, etc.). Il faudrait analyser les contraintes sous lesquelles travaillent les gens qui ont la responsabilité de verdicts qui pèsent sur la production littéraire, artistique, scientifique même, à travers notamment la contribution qu'ils apportent à la réussite (ou à l'échec) mesurée au nombre des ventes, dont les éditeurs prennent acte, de plus en plus, dans leurs choix de publication, etc. Seule une connaissance rigoureuse de tous ces mécanismes peut fonder une action visant à éviter que la logique du plébiscite ne s'impose, par la médiation des journalistes et des succès médiatiques, à des univers qui se sont construits contre cette logique comme le monde scientifique, le monde littéraire ou le monde artistique.

Loin d'enfoncer et d'enfermer les groupes sociaux dans les déterminismes qu'elle porte à jour, la sociologie donne des instruments pour s'arracher un peu à ces déterminismes. Autrement dit, loin de désespérer les journalistes, la science sociale, parce qu'elle élève la connaissance et la conscience des contraintes, élève du même coup les chances de liberté à l'égard de ces contraintes. Ce qu'il faut par dessus tout souhaiter, c'est la constitution de lieux où les journalistes travailleraient à s'analyser collectivement et objectivement avec l'assistance de spécialistes (dont l'intervention paraît indispensable pour obliger et aider à pousser l'analyse jusqu'au bout, sans concessions ni complaisance). Je pense en effet que le progrès de la connaissance des contraintes qui pèsent sur les journalistes et la diffusion de cette connaissance ne pourraient que faire progresser la liberté des journalistes, c'est-à-dire leur volonté et surtout leur capacité de résister rétroscopiquement, il y a deux ou trois ans à Carcans, nous étions quelques-uns, dont Patrick Champagne et Patrick Pépin, à discuter sur la nécessité d'une collaboration entre chercheurs et journalistes, je n'aurais pas espéré que nous aurions si vite l'occasion de voir la création d'un centre de recherche sur le journalisme comme celui-ci.