



MÉDIAS ET DÉMOCRATIE : Quelle place pour le citoyen ?

Les 24, 25 et 26 avril, nous avons rendez-vous à Valence sur le thème « Médias et démocratie : quelle place pour le citoyen ? » à l'initiative de la fédération de la Ligue de l'enseignement de la Drôme et avec le concours de l'échelon national.

L'information est une des clefs de l'exercice de la citoyenneté. Aujourd'hui, cette information est omniprésente : télévisions, radios, journaux payants ou gratuits, Internet... Nous sommes tous pris dans un tsunami de messages que nous n'avons pas le temps de hiérarchiser ou de vérifier. Pour autant, en cette période de doutes et de turbulences, sommes-nous davantage éclairés sur les enjeux du monde qui nous entoure ? Malheureusement la réponse s'impose d'elle-même. Par ailleurs, une crise de confiance s'est installée entre les médias, les journalistes et les citoyens qui l'expriment sondage après sondage. Enfin, la nouvelle ère médiatique dans laquelle nous venons d'entrer, s'accompagne d'une recherche systématique de l'événementiel, d'un souci omniprésent de l'audimat et de la rentabilité. Cette concurrence se développe au mépris de la pluralité et du contradictoire.

Il ne sert toutefois à rien de faire, une fois de plus, le procès des journalistes. La complexification de leur métier est un des éléments de leurs difficultés, son économie et la pression technique un autre. Nombre d'entre eux sont maintenant convaincus qu'en dehors d'une relation plus étroite avec les lecteurs, les auditeurs et les téléspectateurs... il n'y aura point de salut. Elle est à trouver dans chaque média et à travers des initiatives comme les Entretiens de l'information, les Assises du journalisme ou dans les espaces de dialogue qu'entend créer la nouvelle association Information et citoyenneté (voir *Les Idées en mouvement*, n° 166).

De telles rencontres ouvrent le débat public sur les conditions de traitement de l'information ou les risques que les concentrations abusives ou les mélanges d'intérêts entre les marchands d'armes ou « les bétonneurs » et les éditeurs de presse font courir au pluralisme de l'information. C'est dans

ce cadre aussi qu'il est important de reformuler l'importance et la singularité d'un service public qui doit avoir les moyens de fonctionner et d'afficher sa différence. Il était nécessaire d'augmenter la redevance, mais il faut au-delà assurer un financement nettement plus important et pérenne du service public de l'information et de la communication. Cela vaut évidemment pour la création et les industries de programme, qui sans soutien public, vouent la télévision à une éternelle soumission à l'audience, aux standards et aux moyennes. Sur ce point, les récentes décisions concernant l'avenir de la télévision publique ne nous ont pas rassurés.

Enfin nous savons la place prise, dans les discours et heureusement dans les faits, par « la société civile » organisée. En particulier la vie associative, c'est une des formes constitutives de la démocratie et une des principales modalités d'exercice de la citoyenneté. Les associations, surtout si elles se rangent dans « la famille de l'éducation populaire », savent que l'information et la communication sont l'un des premiers défis qu'elles doivent relever. Nous qui avons choisi de nous interroger sur « comment faire société ? », notre question de congrès, savons bien l'enjeu qu'il y a à mieux connaître les évolutions de nos sociétés. Le sens critique et l'intelligence collective sont les meilleurs remparts au discours des démagogues, experts dans l'art de séduire par les simplifications les plus abusives.

Notre projet est effectivement de continuer à éveiller, nourrir, reconnaître et valoriser le temps d'intelligence disponible en tout humain pour qu'il assure son émancipation avec celle de tous les autres humains. Partageurs de culture, entrepreneurs de fraternité, défricheurs permanents et infatigables de la citoyenneté... essayons d'être tout cela à la fois au cours des Rencontres qui se dérouleront à Valence, et dans tous les lieux qui voudront bien faire avancer la réflexion sur la nécessaire alliance entre les médias et les citoyens.

Éric Favey

Secrétaire national de la Ligue de l'enseignement

DANS CE DOSSIER

« Il faut obtenir que la participation citoyenne se mêle de l'information »

Former les artisans de la démocratie

« Nous avons besoin d'une nouvelle presse en France »

DOSSIER COORDONNÉ PAR :
CHRISTINE MENZAGHI
ET JOËL ROMAN

web

Pour aller plus loin :
Retrouver l'intégralité des trois
articles présentés dans ce dossier
sur : www.iem-laligue.org

« Il faut obtenir que la participation citoyenne se mêle de l'information »

Roland Cayrol est fondateur et conseiller de l'institut CSA, chercheur associé à Sciences-Po. Il a notamment publié *La nuit des politiques* (Hachette Littératures), *La revanche de l'opinion* (Jacob Duvernet) et *Médias et démocratie* (Presses de Sciences-Po), thème de l'entretien qu'il a accordé aux *Idées en mouvement*.

Les Idées en mouvement : Qu'y a-t-il de nouveau, aujourd'hui, dans le paysage de l'information en France ?

Roland Cayrol : Internet, tout d'abord. Son usage s'est généralisé et ne concerne plus seulement les jeunes urbains, mais toutes les classes sociales. Pour la première fois, les sites web des quotidiens ont dépassé en audience le journal papier. Le Monde.fr a ainsi dépassé *Le Monde*. Nous sommes devant un phénomène durable. Or, on ne lit pas sur Internet de la même manière qu'on lit un journal. En moyenne, sur le site d'un quotidien, 20 % seulement de ce que lisent les internautes provient du journal papier, 80 % sont des dépêches, traitées en urgence par de jeunes journalistes. La fonction traditionnelle du journal, qui est une fonction d'analyse, de mise en perspective, disparaît : la hiérarchisation de l'information cède la place, dans la plupart des sites, à un autre mode de classement : la fréquence des connexions. C'est la googellisation de l'information.

Ce problème de la hiérarchisation de l'information est le plus important. Car les internautes ne vont pas chercher sur Internet une information mise en perspective : ils veulent savoir tout de suite ce dont tout le monde parle et non qu'on leur dise, au nom d'une autre logique construite par une rédaction, ce qui est important.

L'information sur Internet évolue ainsi de plus en plus vers le « court-termisme » : elle n'est déjà presque plus ce qui vient de se passer, mais ce qui va se passer. D'où l'importance croissante du fait divers, mais aussi des petites phrases, de l'anecdotique, de l'image. Toutes les dérives qu'on avait pu voir ces dernières années dans les médias sont accentuées par Internet. Les journalistes vivent dans l'urgence, dans l'instant et n'ont pas le temps de vérifier l'information.

Comment reconstruire, pour

ce type d'information, des règles déontologiques de traitement de l'info comme on l'a fait progressivement pour la presse imprimée ? Cela va être un des principaux problèmes dans les prochaines années. Comment citer les gens, comment leur répondre ; tout cela est à imaginer sur Internet.

Un obstacle considérable existe : le manque d'argent. En effet, on ne sait pas encore financer l'information sur Internet. Il y a, pour les sites Internet des quotidiens papier comme pour les sites d'information qui n'existent qu'en ligne, un problème économique : aucun n'a pour l'instant trouvé les modalités d'une viabilité économique. Sous la forme papier, il y a encore, en France, un avenir pour la presse magazine et hebdomadaire. Pour les quotidiens en revanche, il n'y a d'avenir que dans le bi-média.

La constitution de grands groupes de presse est-elle aussi un problème ?

L'existence de grands groupes de presse est ancienne et peut procurer une solidité qui garantit une certaine indépendance, comme on le voit à l'étranger. Mais la spécificité française, c'est l'existence des groupes de presse dont l'intérêt principal réside ailleurs que dans la presse : dans l'armement, dans la distribution d'eau, le luxe, etc. Ce qui se traduit par deux choses : d'une part, une proximité et une dépendance envers la commande publique et donc l'État, d'autre part, la tentation pour ces groupes de mettre en synergie leurs diverses activités, de faire servir leur presse aux fins de leur activité industrielle principale. De ce point de vue, nous sommes vraiment une exception dans les grandes sociétés développées.

Ajoutons les phénomènes de connivence entre journalistes et politiques que nous connaissons depuis longtemps. En outre, est maintenant aux commandes, tant du côté des journalistes que des

politiques, une génération qui a toujours connu cette osmose.

Lorsqu'on interviewe les gens pour des études de lectorat, en général, les lecteurs aiment le journal qu'ils lisent, ils s'y retrouvent. Mais il y a toujours une rubrique qui ne trouve pas grâce à leurs yeux, celle dans laquelle ils ont une compétence ! C'est absolument général. Ce n'est pas seulement une affaire d'expertise ou de manque de travail des journalistes, ou de structure des rédactions : on vit dans la pression de l'actualité brute, qui fait abandonner les tâches de rubricards classiques, au profit de journalistes tout-terrain. Il n'est pas rare qu'un journaliste vous demande : « Quelles questions je vous pose ? » C'est dû aussi à un manque criant de moyens : les rédactions sont pauvres, donc squelettiques, les journalistes ne peuvent acquérir une culture du milieu qu'ils couvrent.

Le contrat de lecture se complique dans la période actuelle. Au lieu de savoir de quoi parle le décideur, le journaliste s'interroge sur la manière dont ce décideur se positionne. De leur côté, les acteurs vivent en permanence sur la posture, l'image, et les lecteurs et téléspectateurs sont dans la défiance : « On ne nous la fait pas. »

Peut-on imaginer une inflexion de ces tendances ?

Il y a, au sein des jeunes générations, une certaine révolte contre cet état de choses. Mais beaucoup ont aussi intériorisé ce système et ont baissé les bras, voire n'hésitent pas à en profiter ! Pourtant, dans notre démocratie, les médias jouent un rôle plus important que jamais : nous avons de moins en moins confiance dans les grandes institutions de référence, partis, syndicats, Églises. Nous sommes de plus en plus autonomes dans la construction de notre jugement. Désidéologisation et zapping vont ainsi de pair. Tout cela fait que notre information dépend de plus en plus de



© Tama

l'information de masse : la seule chose qui joue le rôle de lien commun, ce sont les grands médias, autour du « 20 heures » : leur responsabilité est donc considérable. Or, c'est au moment où cette responsabilité est la plus grande qu'on assiste aux dérives dont nous parlions. C'est ce décalage qui est aujourd'hui préoccupant.

Quel rôle peut jouer l'éducation populaire dans ce contexte ?

Un rôle fondamental ! Je suis très frappé que dans les réunions publiques, les gens se plaignent toujours des médias, quel que soit le sujet : il y a toujours un moment où la question est abordée. Il faut donc d'abord en parler, faire parler : c'est un enjeu capital du débat citoyen. Par ailleurs, de très nombreux enseignants sont conscients de la nécessité de dispenser une formation critique des médias, mais ils manquent d'outils pédagogiques, de moyens pour le faire. Il y a là aussi un formidable défi. Il faut obtenir que la participation citoyenne se mêle de l'information et que les journalistes l'acceptent. Ils ne sont pas propriétaires de l'information, qui est un bien commun. Les médias sont trop importants pour la démocratie pour les laisser aux seuls journalistes !

Propos recueillis par Joël Roman

Former les artisans de la démocratie

Il y a d'une part la formation, d'autre part la pratique, au jour le jour, sur le terrain. Fort de son expérience de journaliste, de médiateur et de directeur d'une des écoles de journalisme les plus réputées, Loïc Hervouet propose quelques pistes de réflexion pour éviter que le gouffre ne se creuse.

Les candidats au journalisme, choisissent-ils ce métier pour « faire carrière » ? Pour vivre l'aventure ? Pour changer le monde ? Une longue expérience des entretiens de motivation des postulants aux écoles de journalisme amène à conclure au partage diversifié entre les vocations inspirées de Zorro ou Bayard, de Tintin ou Rouletabille, de Rastignac ou de Mère Teresa. Mais quoiqu'ils en avouent, ces jeunes postulants ont tous plus ou moins en tête Albert Londres faisant fermer le baignoire de Cayenne, ou Zola volant au secours de Dreyfus. C'est-à-dire qu'ils ont l'idée juste, au demeurant, que le journalisme peut servir à quelque chose qui ressemblerait au bien commun. Assez naturellement, ils voient que c'est là la justification majeure de leur choix, l'explication du rôle social éminent confié au journalisme : conforter le citoyen, permettre l'usage de la démocratie.

D'où vient, dès lors, le sentiment que ces bonnes dispositions se diluent vite, parfois dès l'entrée dans le métier, jusqu'à disparaître dans le suivisme, le conformisme, le désabusement, le « blues du journaliste », sinon le

réalisme cynique ?

L'entrée dans le journalisme réel, trop souvent synonyme d'entrée dans la précarité sociale, via le « statut » de pigiste, explique sa part du phénomène. Le poids croissant des autoritarismes hiérarchiques joue son rôle. La crise des médias et leur faiblesse financière font le reste : prééminence du marketing, contraintes de moyens mesurés, polyvalences obligées, productivité requise, impossibilité de prendre du recul, stress de l'urgence, etc. On en passe, mais peu de lieux, dans le métier d'aujourd'hui, permettent de se ressourcer pour « garder la pêche » démocratique.

Qu'y peuvent les formations au journalisme ? Sans doute très peu sur les conditions d'exercice de la profession auxquelles se frottent leurs diplômés. Sûrement beaucoup, qu'elles font déjà, mais jamais suffisamment, pour préparer leurs étudiants. Il faut leur apprendre à faire le journalisme tel qu'il est, pour qu'ils puissent un jour imposer de le faire tel qu'il devrait être. Pour cela, les responsables des formations doivent contraindre, convaincre, et armer.

Contraindre un peu

Disons-le, la tendance naturelle des étudiants en journalisme, souvent déjà nantis de quatre ou cinq années d'études supérieures, est de demander du concret, du pratique, du savoir-faire technique, des heures et des heures d'entraînement, des « trucs » du métier. Ils adoraient « zapper » tout ce qui ressemblerait à des cours magistraux, à de la théorie. Il ne faut pas céder. « Je les forcerai à me lire », disait de ses lecteurs le patron du *Monde*, Hubert Beuvmery. « Je les forcerai à réfléchir, à maintenir la machine intellectuelle », dira l'enseignant en journalisme. Et voici les disciplines nécessaires, qui armeront



pour le futur : histoire, économie, sociologie des médias, sémiologie, éthique journalistique, droit de la presse, documentation, traitement de la complexité, interculturelité, usages d'Internet, etc.

Convaincre beaucoup

Si on n'aide pas très vite à la prise de conscience du rôle social du journaliste, d'autres impératifs concrets prendront très vite le dessus. Qui t'a fait roi ? est la première question obsédante à poser aux étudiants, pour qu'ils se rendent bien compte que c'est au nom du public, du citoyen, que le journaliste acquiert sa légitimité. Que sa liberté n'est pas une fin en soi, mais s'arrête où commence celle du citoyen, que cette liberté justement revendiquée ne se justifie que bien employée, que mise en œuvre avec compétence, vigilance, conscience, responsabilité, conviction, rigueur personnelle, et même, osons-le mot, avec courage. Pour convaincre, les contre-exemples ne manquent pas, hélas. Alors seulement, avec force et humilité, le journalisme pourra « satisfaire les affligés et affliger les satisfaits », « porter le fer dans la plaie », « être le chien de garde de la démocratie » : les expressions abondent.

Armer surtout

Les disciplines citées précédemment sont essentielles pour cela. Leur confrontation avec la réalité est seule susceptible d'ancrer les convictions dans les savoir-faire et savoir être professionnels. Il faut donc sans cesse étudier des cas, ouvrir les angles, faire rencontrer le pays réel, décrocher, faire débattre, payer d'exemples, forger des admirations vraies, offrir des référents sinon des références, construire des réseaux de vraie solidarité (et non de complicité) confraternelle.

Et pour ceux qui n'ont pas le bénéfice d'une formation spécifique ? La grande avancée (la seule peut-être sur ces questions) des États généraux de la Presse a été la construction d'une quasi-unanimité autour de l'idée d'un « permis de conduire journalistique », une formation minimale obligatoire aux spécificités de la profession (notamment droit et éthique) dans les deux premières années d'exercice. Reste à la mettre en œuvre, à faire que les partenaires sociaux en prennent vite les dispositions concrètes. À faire passer les bonnes dispositions, là aussi, du stade de l'énoncé à la vigueur du réel.

Loïc Hervouet

Journal du 20 h de France 2 du 16 février 2009. David Pujadas, son présentateur, revient sur l'enquête d'opinion conduite auprès des téléspectateurs sur : « les politiques et les médias parlent-ils trop de la crise ? ». Des enquêtes de ce genre auprès du public sont régulièrement menées dans ce JT. © Tama

Rencontres nationales

À l'initiative de la Ligue de l'enseignement nationale et départementale, les Rencontres citoyennes de la Drôme auront lieu du 24 au 26 avril à Valence sur le thème « Médias et démocratie : quelle place pour le citoyen ? ». S'il n'est pas possible d'aborder la totalité de la problématique en deux jours, un certain nombre d'axes seront explorés. Le 24 au soir un regard croisé entre le philosophe Bernard

Stiegler et Jérôme Bouvier, président de Journalisme et citoyenneté cadrera le débat. Le 25 avril au matin, une session organisée avec les Entretiens de l'information se déroulera sur le thème « la fabrique de l'information : à propos de la question économique et sociale ». L'après-midi, une table ronde, introduite par Patrick Eveno, abordera la question des médias et des pouvoirs et posera en particulier la question : « Comment mieux garantir l'indépendance des médias vis-à-vis des pouvoirs et du pouvoir

politique en particulier ? » Enfin, le 26 au matin, une nouvelle table ronde aura lieu sur « quelle politique publique pour faire vivre le couple médias-démocratie ».

À noter : cette manifestation sera précédée d'une rencontre avec des lycéens et de plusieurs débats sur ce thème, organisés par des associations affiliées à la fédération de la Ligue de l'enseignement de la Drôme.

Inscriptions : 04 75 82 44 61 ou fol26@fol26.fr

« Nous avons besoin d'une nouvelle presse en France »

Trop d'informations sans hiérarchie, trop de connivences entre médias et pouvoirs, pas assez d'éthique, pas assez de repères pour le citoyen... Pour remédier à cela, *Mediapart*, quotidien d'information en ligne et sur abonnement créé il y a un an maintenant, a fait le pari qu'une autre information était possible. Edwy Plenel, son fondateur, en rappelle le principe.

Nous avons besoin d'une nouvelle presse en France, et c'est ce défi que tente de relever *Mediapart* qui se veut le lieu d'une culture journalistique renouvelée et d'une information de référence. Cette dernière se définit par quatre mots, trop oubliés : la qualité, l'indépendance, la pertinence, l'exclusivité. Elle suppose de remettre à l'honneur un genre trop délaissé et injustement décrié : l'enquête, avec ses découvertes, ses surprises, ses révélations inédites. Elle suppose aussi de trier, de choisir, de hiérarchiser, tant l'abondance d'informations finit par étouffer l'information pertinente.

Quelle différence avec les médias en ligne existants ?

Les médias en ligne – déclinons ou non de la presse papier – sont tous engagés dans une course à une audience maximale, condition d'une « gratuité » financée par la ressource publicitaire. C'est le modèle économique dominant, qui a ses limites, tant en termes de pertinence éditoriale que de viabilité financière. Pour le lecteur, la place de plus en plus envahissante prise par cette publicité est vécue comme une intrusion, voire une pollution visuelle qui nuisent au confort de lecture.

De ce constat découlent plusieurs défis :
- Un modèle économique différent. C'est un journal sans publicité et, à partir de sa page d'accueil gratuite, propose le gros de ses contenus sous forme d'adhésion payante. L'adhésion payante est le seul moyen de garantir au lecteur qualité éditoriale et indépendance véritable. Ce choix économique est donc aussi politique : c'est l'enjeu d'une bataille d'opinion sur le coût d'une information de qualité, indépendante et rigoureuse, qui suppose des moyens, notamment humains.

- Le choix de la qualité des contenus. L'objectif n'est pas de couvrir, dans une fausse exhaustivité, l'ensemble de l'actualité mais de se concentrer sur « le meilleur de l'info », sur la production de quatre ou cinq sujets par jour offrant une

très forte plus-value en termes d'exclusivité, de révélation, d'angle, d'expertise.

- L'innovation continue en matière de web. Notre journal évolue régulièrement, dans ses contenus éditoriaux comme dans les services qu'il rend à la communauté de ses adhérents. En rendant explicite les conditions de production de l'information, le journal entend fiabiliser le pacte lecteurs/journalistes par rapport aux suspicions de connivence et d'opacité qui pèsent sur la presse actuelle.

Communication présidentielle : À sens unique

Qu'attendons-nous – nous journalistes citoyens –, pour sortir de notre torpeur soumise ? Car dans quelle autre supposée grande démocratie assiste-t-on à un spectacle aussi indigne démocratiquement et indigent politiquement que celui qu'offre, régulièrement, la communication présidentielle ? Dans aucun autre pays comparable, une émission sur mesure comme celle du 5 février dernier au palais de l'Élysée n'est envisageable. À l'étranger, du moins l'étranger de vieille culture démocratique, le plus souvent, quand ils veulent s'exprimer, les responsables politiques soit se rendent dans les émissions existantes, acceptant d'aller ainsi sur le terrain des journalistes, soit tiennent des conférences de presse dignes de ce nom, avec relance des questions et droit de suite. On me citera sans doute de rares exceptions. Mais justement, ce sont des exceptions.

En France, c'est la norme qui est scandaleuse. De François Mitterrand à Nicolas Sarkozy, en passant par Jacques Chirac, le Président choisit son moment, ses interviewers, ses chaînes, son lieu, son décor, son public, etc. Et le journalisme est sommé de suivre. Ou plutôt accepte de suivre. Car que se passerait-il si la profession, dans un sursaut de dignité, affirmait unanimement qu'elle refusait ce jeu faussé qui, de plus, la discrédite ? Si elle défendait pied à pied les principes constitution-

nels sur lesquels se fonde sa légitimité citoyenne : liberté, indépendance, pluralisme de la presse ? Si elle exigeait des conférences de presse présidentielles régulières, dont les règles ne seraient aucunement fixées par les communicants du chef de l'État ? Si elle refusait toute émission télévisuelle *ad hoc*, forcément imaginée pour servir l'agenda de communication présidentiel, où tout est fait pour éviter l'accident, l'imprévu, la question qui fâche, le moment difficile, la contradiction trop insistante, etc. ?

Il faudra bien qu'un jour, en France, notre profession regarde en face le mal que le présidentielisme lui a fait. Comment il l'a abîmée et corrompue, la séduisant pour mieux la réduire, l'attirant pour mieux l'endormir. Les difficultés actuelles du métier ne sont pas seulement économiques : la morale, l'éthique, la vertu y ont leur part – ou plutôt leur dégradation, voire leur absence. Sans même parler des règles qu'à l'inverse, on impose, au nom de l'intérêt général, à tout fonctionnaire afin d'éviter le cumul d'un emploi public et d'une activité privée.

Comment des interdits aussi évidents ont-ils pu sauter ? Comment ne pas comprendre qu'en les tolérant professionnellement, nous – je veux dire, nous, les journalistes – faisons le lit de

ce que, par ailleurs, nous critiquons : les mélanges des genres entre les milieux politiques et le monde des affaires, entre information et communication, entre journalistes et financiers, etc. ? Mais il y a plus encore. La corruption du journalisme français par le présidentielisme, ses complaisances et ses courtisannies, ses prébendes et ses récompenses, en aggrave les anciens travers, cette tendance à préférer l'opinion aux faits, l'éditorial à l'enquête, le commentaire à la découverte, le conformisme à la dissidence, la facilité à la rigueur, etc. Comme si la vraie légitimité du journaliste était à conquérir dans sa relation avec le pouvoir, quels qu'en soient les atours, plutôt qu'avec les citoyens.

« La liberté de la presse n'est pas un privilège des journalistes, mais un droit des citoyens », (Déclaration universelle des droits de l'homme). Remettre le citoyen au centre de l'enjeu démocratique que représente la presse, c'est ce que nous avons souhaité en lançant *Mediapart.fr*. Construire durablement l'indépendance d'un nouveau média, radicalement démocratique c'est l'ambition qui demeure un an après sa création.

Edwy Plenel,
Fondateur et directeur
de la publication de *Mediapart.fr*



POUR ALLER PLUS LOIN

Bibliographie

Vers la fin de la télévision publique

Traité de savoir-vivre du service public audiovisuel

Avec la rigueur du juriste et la sagacité du fin analyste politique, Serge Regourd propose ici un éclairage sur les exigences d'une télévision de service public et les conditions de sa rédemption.

Retraçant la singularité de l'histoire de la télévision publique, de « la voix de son maître » à la privatisation de TF1 en passant par le démantèlement de l'ORTF, il met en garde face à l'instrumentalisation des muta-

tions technologiques et aux contraintes européennes frappant les télévisions publiques.

Éditions de l'Attribut, 2008, 244 pages, 13 euros.

Média-paranoïa

Les journalistes ont mauvaise presse : conformistes, manquant de rigueur, manipulant l'opinion... Laurent Joffrin affronte avec courage ces critiques, et tente d'y répondre. La média-paranoïa, qui selon lui alimente ces critiques, est largement infondée à ses yeux, et procède d'un mélange de radicalité politique post-mar-

xiste et aussi d'une rivalité d'universitaires professionnels de l'hyper-criticisme. Tout n'est pas faux dans ce constat, et Joffrin plaide avec talent pour des analyses un peu nuancées.

Éditions Le Seuil, 2009, 131 pages, 14 euros.

À lire également

Les journalistes et leur public : le grand malentendu de Jean-Marie Charon, éditions Vuibert.

La presse quotidienne nationale : fin de partie ou renouveau ? de Patrick Eveno, éditions Vuibert.