

Pour une meilleure maîtrise collective de la médiatisation

Patrick Champagne

*Sociologue à l'INRA
et au Centre de sociologie
de l'éducation et de la culture*

Depuis plusieurs années, les médias, au sens large (presse écrite et presse audiovisuelle), occupent une place croissante non seulement dans la vie publique et politique – ce qui peut paraître normal puisque la liberté de l'information est, par essence, liée aux régimes politiques de type démocratique – mais aussi dans la vie culturelle, judiciaire et même dans la vie scientifique – ce qui l'est un peu moins dans la mesure où il s'agit d'univers sociaux plus autonomes qui se sont historiquement constitués contre l'opinion commune, et qui, par là, se trouvent être en marge de l'information ordinaire de grande diffusion telle que la produisent les journalistes. Le secteur scientifique, comme la plupart des milieux savants, ont leurs propres réseaux d'information et de diffusion, leurs revues, leurs comités d'évaluation et leurs experts.

Malaise dans le journalisme

Pendant longtemps, les relations du milieu journalistique avec les milieux savants furent très réduites. Les institutions ne cherchaient pas à communiquer auprès du grand public et les journalistes diffusaient une information à la fois peu importante et de type plutôt "édifiant" ou "hagiographique" (les découvertes, les exploits technologiques, etc.). La médiatisation croissante de nos sociétés a conduit nombre de journalistes à intervenir de plus en plus dans le fonctionnement même des univers savants, soit en vulgarisant et en mettant en valeur les travaux de tel ou tel chercheur, de tel artiste ou de tel intellectuel pour des raisons essentiellement journalistiques, soit au contraire, en dénonçant tel scandale dont ces

milieux seraient responsables (comme l'affaire du sang contaminé par exemple), ou en prenant la défense de telle personnalité que certains journalistes estiment injustement traitée par ses collègues (comme dans l'affaire de la "mémoire de l'eau" qui a opposé Jacques Benveniste à ses pairs).

Cette sorte d'interventionnisme n'a pas été sans susciter des inquiétudes ni provoquer des critiques dont beaucoup, il faut le noter, émanent des journalistes eux-mêmes, ceux-ci n'étant pas les moins bien placés pour connaître les points faibles du travail journalistique (superficialité, goût du sensationnel, etc.) et pour savoir que même lorsqu'il n'est pas soumis à la censure politique, le journalisme est loin d'être une activité libre qui ne connaîtrait que des contraintes

« on accuse les journalistes de jouer un rôle majeur dans la constitution des "problèmes de société" »

proprement intellectuelles ou professionnelles. La production journalistique est prise dans un réseau de contraintes exogènes particulièrement fortes – contraintes économiques, concurrence entre médias, etc. – qui rendent difficile le travail d'information et sont entre autres à l'origine de ce que l'on appelle des "dérapages". Ainsi, par exemple, dans le domaine politique, on sait que les journalistes sont en permanence exposés à être les victimes plus ou moins lucides et consentantes des stratégies de communication des responsables politiques qui estiment que l'information est une chose "trop sérieuse" pour être laissée aux seuls journalistes. A cet égard, la couverture médiatique de la Guerre du Golfe, qui a représenté une situation limite mais non exceptionnelle, a joué un rôle majeur dans la prise de conscience, surtout par les journalistes de l'audiovisuel, des limites de la liberté du travail journalistique, ceux-ci s'étant trouvés réduits au rôle de "porte parole" officieux du Sirpa, organisme militaire de relations publiques qui fournissait les images politiquement et militairement "diffusables" du conflit.

Mais ces pressions plus ou moins visibles qui s'exercent sur les journalistes tendent également à s'exercer sur les milieux qui sont médiatisés. Nombre d'intellectuels, de scientifiques, d'artistes ou même d'hommes politiques se plaignent de l'emprise croissante des médias dans leur domaine d'activité, et notamment du fait qu'ils doivent de plus en plus se plier aux contraintes qui pèsent sur les médias : les déclarations politiques, la fin d'une négociation ou d'une manifestation mais aussi les arrivées de courses sportives doivent être prévues pour passer dans le "20 heures", toutes les prestations médiatiques doivent obéir au souci de la mise en scène (maquillage, cadrage, durée des interviews), certains sports doivent revoir leurs règlements pour être plus "télévisuels", etc. Plus encore, on accuse les journalistes de jouer un rôle majeur dans la constitution des "problèmes de société" en décidant, pour tout le monde, de ce qui est ou non important ou en fabriquant artificiellement des notoriétés excessives, ouvrant largement leurs micros ou leurs colonnes de journaux à un petit nombre d'intellectuels médiatiques (ou d'intellectuels pour médias) qui sont invités à donner leur opinion "de spécialistes" sur tous les sujets que l'actualité

fait surgir. Souvent condamnés à traiter superficiellement les sujets les plus complexes, les journalistes (surtout ceux des médias audiovisuels) laissent derrière eux bien des déceptions ou des colères. On ne compte plus le nombre de personnes qui ont eu une expérience qu'ils jugent "malheureuse" avec des journalistes, et qui jurent bien qu'on ne les y reprendra plus, depuis les simples habitants de cités en difficulté dont les journalistes rapportent, en les déformant, les propos avec comme objectif moins de comprendre et de faire comprendre la

« *il existe un indiscutable malaise entre les journalistes, leurs sources et leur public* » renforcer simplement les stéréotypes préexistants, jusqu'aux intellectuels sollicités pour une interview et dont on cite entre guillemets des propos qu'ils n'ont jamais tenus ou qu'ils avaient explicitement demandé de ne pas publier, ou encore le cas de ces personnalités invitées sur un plateau de télévision pour, dans une émission durant plus d'une heure, prendre la parole quelques secondes, le temps de dire quelques banalités...

Bref, il existe un indiscutable malaise entre les journalistes, leurs sources et leur public. La confiance et la collaboration entre le journaliste et ses informateurs, conditions qui peuvent utilement contribuer à faire la qualité d'une information, semblent se heurter aux nécessités techniques actuelles de la fabrication de l'information (il faut faire vite et "à l'économie") mais aussi, et sans doute plus profondément à une sorte de suspicion, de la part des journalistes, suspicion qui est comme inscrite dans les rapports que le champ journalistique entretient avec les autres univers sociaux. Si les intellectuels se méfient des journalistes, ces derniers sont fréquemment "sur la défensive" dans la mesure où ils peuvent toujours craindre de se faire "instrumentaliser" ou "manipuler" par leurs sources. Les signes du malaise suscité par la puissance croissante et inquiétante des médias sont nombreux : les journalistes sont mis en accusation, on dénonce les "bavures" de plus en plus nombreuses, les colloques sur l'information se multiplient, des observatoires des médias sont créés, etc. La réflexion sur la déontologie journalistique qui avait été engagée, au début du siècle, après la Première Guerre mondiale avec les excès de la censure militaire, était une sorte de réponse à la véritable crise de confiance dans la presse qui s'en était suivie. Ce n'est sans doute pas un hasard si, de nouveau, elle est à l'ordre du jour. La mise à jour des codes de déontologie qui sont élaborés ici ou là dans les rédactions permet de se faire une idée des comportements douteux ou dangereux qui, dans la période récente, ont eu tendance à se multiplier : publicité rédactionnelle, faux *scoops*, atteinte à la vie privée, etc.

Quelle critique du journalisme ?

Si nombre de journalistes se veulent des "professionnels de l'information" et revendiquent leur indépendance à l'égard de tous les pouvoirs, qu'ils soient politiques ou économiques, il reste que ces discussions sur le respect de la

déontologie montrent que la réalité du travail journalistique n'est pas totalement conforme à ce que souhaitent les professionnels de l'information eux-mêmes. En effet, rappeler les principes de la déontologie, n'est-ce pas précisément reconnaître que ces principes ne vont pas (ou plus) de soi et sont en permanence transgressés ? *A fortiori*, on comprend que les groupes sociaux (ou les personnalités) qui sont pris comme objets par les journalistes (sous la forme, par exemple, d'un compte rendu de manifestation ou d'ouvrage) expriment leur insatisfaction et peuvent souvent invoquer de bonnes raisons pour justifier leur position critique à l'égard des médias (inexactitudes, non respect de la parole donnée, interviews "trafiquées" et non soumis à relecture, traitement approximatif de l'information, etc.).

Le journalisme est un métier public, ou qui, du moins, rend public et diffuse des faits ou des idées. Il exerce de ce fait des effets de réalité ou des effets politiques très puissants. Il est donc logique que cette activité soit surveillée par nombre d'acteurs sociaux, et soit, par là, l'objet de critiques nombreuses et sévères. Pourtant, le dialogue qu'il serait utile d'établir entre les journalistes et les autres acteurs sociaux n'est pas facile à instaurer parce que les critiques sont souvent mal reçues ou mal comprises par une grande partie de la profession. Les journalistes, à juste titre, mettent en avant la difficulté du travail journalistique qui tient, en général, moins aux journalistes en tant qu'individus qu'aux conditions dans lesquelles ils sont souvent contraints de travailler (urgence permanente, passage d'un sujet à un autre qui empêche de faire un travail de fond, brièveté des articles ou des séquences audiovisuelles, etc.). Même lorsque l'information est contestable voire critiquable ("bidonnage" par exemple), certains journalistes peuvent faire valoir qu'il

s'agit là de dérapages inévitables (toute profession a ses "brebis galeuses", disent-ils), qu'il ne faut pas jeter le bébé avec l'eau du bain et que, même imparfaite, l'information joue un rôle irremplaçable dans la vie sociale et politique. Si, pour prendre un exemple, nombre de journalistes peuvent regretter la médiatisation croissante d'une certaine actualité judiciaire qui ne va pas dans le sens de l'indispensable sérénité de la justice et de la présomption d'innocence, il reste qu'ils peuvent faire valoir que nombre "d'affaires" politico-financières n'auraient sans doute pas pu aboutir sans la pression des campagnes de presse. En d'autres termes, si la presse intervient dans des domaines où elle ne devrait pas intervenir, n'est-ce pas précisément parce qu'il existe des carences et que l'on demande en quelque sorte aux médias de jouer un rôle qui n'est pas le leur, à savoir d'être, pour les simples citoyens, une sorte de tribunal d'appel, une instance à laquelle on s'adresse lorsque les voies ordinaires de recours ou de protestation ont été épuisées ? Enfin, il faut rappeler un dernier argument qui est parfois avancé pour déplacer le débat. On fait valoir que la profession de journaliste est aussi, dans certaines circonstances, une profession à hauts risques : on sait, en effet, que le recueil de

« *rappeler les principes de la déontologie, n'est-ce pas reconnaître qu'ils sont transgressés ?* »

l'information peut être parfois un travail dangereux, les journalistes étant amenés à payer, dans les conflits armés en particulier, un lourd tribut à l'information. Que valent quelques journalistes indéliçats ou incompetents ou maladroits au regard de ceux qui se font tuer pour informer ?

Un débat récurrent

Pour aider à une confrontation salutaire et à une mise à plat sans concession, sans qu'il soit pour autant nécessaire d'endosser le rôle un peu trop facile de "procureur" de la profession (ils sont déjà nombreux et ce n'est pas le rôle des sociologues), il faut peut-être rappeler que ce débat n'est pas nouveau. On n'aurait pas de peine à retrouver le même débat avec les mêmes arguments de part et d'autre au début du siècle, lors de l'apparition de la presse populaire à gros tirage dont on dénonçait déjà les "dérives" par rapport à la presse politique d'opinion qui la précédait et qui était destinée à un public cultivé plus restreint. Les médias audiovisuels suscitent aujourd'hui les mêmes réserves parce qu'ils portent à un plus haut degré encore le conflit qui tend presque toujours à s'instaurer entre les champs de production culturels restreints (art, science, littérature et aussi, paradoxalement la politique) et les champs culturels de grande production (médias de grande diffusion), les intérêts des uns ne s'ajustant pas spontanément, loin s'en faut, aux intérêts des autres.

En préalable aux brèves réflexions qui suivent, il n'est sans doute pas inutile, pour dissiper quelques malentendus d'insister sur deux points. En premier lieu, lorsque le sociologue se propose de faire la "critique" des médias, ce n'est pas au

sens ordinaire et polémique du mot "critique" mais à celui, quasi philosophique, que le kantisme lui a donné : il ne s'agit pas, en effet, de "critiquer les journalistes" mais de mettre au jour les conditions sociales d'exercice de l'activité journalistique et, par là, d'en saisir les limites.

« *la dénonciation des "dérives" risque de renvoyer à un âge d'or de la presse qui n'a jamais existé* »

En second lieu, traiter des problèmes qui se posent aujourd'hui, dans le domaine de l'information, ne signifie pas que le travail journalistique soit devenu de moins en moins fiable. La dénonciation des "dérives" de l'information risque toujours de renvoyer à un mythique "âge d'or" de la presse qui, en fait, n'a jamais existé. Les professionnels n'auraient sans doute pas de peine à démontrer que l'information dans les médias grand public est aujourd'hui à la fois plus abondante et plus fiable que par le passé. Le visionnage d'une émission d'information qui fut, en son temps, aussi prestigieuse que "Cinq colonnes à la Une" de Pierre Desgraupes, Pierre Lazareff et Pierre Dumayet, ne résisterait guère à la comparaison avec les magazines actuels d'information. Et de même s'agissant du journal télévisé. Cela signifie simplement qu'il faut comparer des choses qui sont comparables, c'est-à-dire l'information télévisuelle des années 50 ou 60 non pas avec l'information d'aujourd'hui mais avec ce qu'était la télévision

à cette époque, le niveau d'instruction de la population qui la regardait, ses attentes, la maîtrise technique des instruments par les journalistes, leur formation, etc. Bref, il faut replacer l'information dans son contexte et ne pas oublier que si elle est sans doute plus fiable aujourd'hui que par le passé, le niveau d'exigence de la population ou des spécialistes qui la commentent ou la critiquent s'est, pour des raisons diverses, lui aussi également élevé.

La double contrainte

S'agissant du journalisme d'information générale dans les grands médias audiovisuels (pour ne pas tout confondre, on laissera provisoirement de côté les programmes télévisés de variétés et la presse écrite spécialisée qui relèvent de logiques un peu différentes), on peut faire observer en premier lieu, pour comprendre les relations qui s'instaurent entre les journalistes et leurs sources, que cette activité intellectuelle a pour propriété spécifique de devoir s'exercer sous forte contrainte politique et/ou économique. Si, initialement, la presse écrite comme les médias audiovisuels furent marqués par les tentatives de contrôle politique (la censure préalable de la presse écrite au XIX^e siècle, le monopole d'État pour la télévision jusqu'en 1986), ce sont les contraintes économiques qui ont progressivement investi ces moyens de diffusion. Bien que les tentatives de contrôle politique soient loin d'avoir disparu, l'évolution des 20 dernières années est caractérisée par le poids désormais écrasant des contraintes économiques. En France, la législation édictée après la Deuxième Guerre mondiale concernant le secteur de la presse avait cherché à faire en sorte que les entreprises de presse ne soient pas des entreprises économiques comme les

autres. A la clause de conscience qui avait été introduite dans le statut du journaliste, les ordonnances de 1944 avaient ajouté une politique de subventions diverses, d'aides à la diffusion, de

mesures visant à empêcher les concentrations capitalistes afin de favoriser la presse d'opinion en la préservant de la concurrence économique brutale. Prenant exemple sur *Le Monde*, des sociétés de rédacteurs, qui étaient destinées à faire valoir les droits des journalistes contre ceux des propriétaires, s'étaient même multipliées. L'arrivée du capitalisme étranger en France (entre autres l'Anglais Murdoch ou l'Allemand Bertelsmann) et la privatisation de la télévision ont eu pour conséquence de soumettre plus fortement qu'auparavant l'activité journalistique aux impératifs propres à l'économie. A la télévision, dans les années 80, s'installe de manière durable ce que l'on a appelé le règne de l'audimat, cet instrument de mesure de l'audience commandant désormais les ressources (publicitaires) des chaînes généralistes tandis qu'à la fin des années 80 apparaissent des magazines reposant explicitement sur le marketing rédactionnel, c'est-à-dire sur des technologies visant, comme d'ailleurs dans la plupart des autres secteurs de l'économie, à donner le primat à la demande sur

« l'évolution des 20 dernières années est caractérisée par le poids écrasant des contraintes économiques »

l'offre (auparavant, on produisait des biens que l'on cherchait ensuite à vendre alors qu'aujourd'hui, on cherche à cerner ce que veulent les consommateurs et l'on produit en conséquence).

Mais si les journalistes doivent écrire ou montrer ce que le public a envie de lire ou de voir, que reste-t-il de l'autonomie professionnelle ou même de la mission de "service public" (informer les citoyens et même avoir une fonction pédagogique) dont bon nombre de journalistes se sentent encore à juste titre

« *le journal est engagé dans une course aux lecteurs* »

investis et qui avait déjà donné lieu, sous le Front populaire, à un projet de loi que la guerre empêcha de conduire à son terme ? L'évolution même des grands quotidiens nationaux depuis 1945 est symptomatique de cette évolution. Un journal comme *Le Monde*, par exemple, qui, sous la direction de Hubert Beuve-Méry, son directeur-fondateur, est longtemps resté un quotidien à la fois austère, sans concessions intellectuelles et cependant économiquement prospère parce qu'il était d'abord une entreprise intellectuelle qui avait su subordonner l'entreprise à ses objectifs (rédacteurs en nombre restreint, salaire des collaborateurs peu élevé, ceux-ci étant payés surtout en "prestige" et en pouvoir d'influence, tirage limité du journal, etc.), a fait le choix de devenir, par son succès même, une entreprise économique beaucoup plus importante mais aussi beaucoup plus fragile (à la suite d'investissements qui se sont révélés hasardeux et d'une politique d'embauche et de salaires jugée aujourd'hui imprudente). Le journal est engagé dans une course aux lecteurs dont le nombre doit être sans cesse plus important pour que le titre puisse survivre. Cette course après les lecteurs n'est pas sans transformer la fabrication de l'information et la hiérarchie que le journal établit entre les nouvelles (par exemple, l'actualité internationale tend à occuper moins de place – et par là moins d'importance – en "Une" tandis que le développement, dans les années 80, du journalisme d'investigation était largement inspiré par le succès que rencontrait ce type de journalisme auprès d'un large public).

Le poids de la télévision

Mais la transformation la plus importante réside sans aucun doute dans l'emprise croissante que la télévision exerce sur l'ensemble du champ journalistique, cette domination se traduisant en fait par une emprise croissante de l'économie sur l'ensemble de l'activité journalistique. Les grandes dates qui marquent l'histoire de la télévision sont très souvent liées à des décisions ayant des implications économiques, qu'il s'agisse de l'introduction de la publicité en 1970, de la concurrence des chaînes, de l'apparition de l'audimat en 1980 sous la pression des publicitaires et surtout de la privatisation de TF1 en 1987. Il est sans doute significatif que dans la lutte que se sont livrés deux grands patrons de chaînes, Francis Bouygues pour TF1 et Robert Hersant pour La 5, pour avoir le *leadership* en matière d'audiovisuel, ce soit le patron du numéro un mondial du

bâtiment et des travaux publics qui, avec des méthodes qui avaient déjà fait son succès dans le secteur économique, l'ait emporté sur le patron de presse.

La télévision pèse sur l'ensemble du champ journalistique non seulement par les capitaux de la publicité qu'elle draine aujourd'hui massivement, contribuant, avec la crise économique, à une chute des recettes publicitaires qui alimentaient la presse écrite quotidienne, mais aussi par son pouvoir de diffusion et d'impact, obligeant l'ensemble de la presse écrite à s'aligner sur ce média qui fait l'actualité et fabrique les événements. La presse écrite, dans ses sujets et dans ses formats, copie la télévision : les articles sont de plus en plus courts, les rubriques consacrées à la télévision, et à ceux qui la font, de plus en plus nombreuses, etc.

C'est sans doute la télévision, par les profits économiques et symboliques qu'elle permet d'obtenir, qui a contribué le plus à l'accélération de la médiatisation du monde social. Si tout est potentiellement médiatisable, c'est parce que, comme le déclare un homme de télévision qui sait de quoi il parle, tout ce qui passe à la télévision peut être source de retombées. La presse écrite participe à ce processus mais indirectement en tant qu'elle alimente les rédactions des journaux télévisés. L'affaire du sang contaminé dont la télévision s'est emparée avait été découverte par une journaliste spécialisée de la presse écrite. Mais c'est la télévision qui a largement contribué à en faire une affaire considérable par l'émotion qu'elle a créée dans le grand public (jeunes victimes innocentes contaminées par les produits mêmes de la science). La télévision confère aux journalistes un pouvoir d'ordre symbolique qui est, sinon nouveau, du moins plus puissant : ils ont, en effet, un *quasi* monopole de sélection de l'information digne de passer à la télévision, ce monopole de diffusion étant en fait pouvoir de faire exister, travail de mise en forme, voire processus de consécration.

Les premiers à avoir été touchés par les transformations du paysage médiatique furent les acteurs du champ politique dans la mesure où les médias constituent un instrument majeur du travail politique. Les premières réactions des hommes politiques confrontés aux journalistes des grands médias ont préfiguré celles de nombre d'acteurs sociaux par la suite, à savoir le sentiment d'avoir été piégés. C'est que, même si l'on exclut la manipulation purement politique, manipulation qui n'est jamais totalement absente, le passage dans ce type de médias porte à l'extrême les contradictions du journalisme grand public. Les journalistes peuvent-ils accepter d'être de simples faire-valoir des personnalités qu'ils invitent ? Inversement, les personnalités qui acceptent de venir à la télévision peuvent-elles en attendre autre chose que d'en tirer des avantages ? Si les journalistes de ces médias de grande diffusion se sont professionnalisés, les hommes politiques également, ceux-ci apprenant à passer à la télévision, à déjouer les pièges des journalistes, et s'assurant des conseils de spécialistes en communication. Bref, les politiques ont progressivement intégré les médias à la vie politique.

Des processus analogues qu'il serait trop long d'analyser ici en détail ont

caractérisé l'évolution des relations entre le champ journalistique et la plupart des autres champs sociaux (culturel, judiciaire, scientifique, etc.). Dans le domaine économique, par exemple, les relations entre les chefs d'entreprise et les journalistes sont également marquées par l'ambiguïté : si d'un côté, les patrons accordent à la presse d'avoir fait accepter à l'opinion publique l'entreprise, de l'autre, ils dénoncent les méthodes couramment utilisées par les médias (informations inexactes, volonté de créer des événements, non respect du secret de l'instruction, droit de réponse inopérant, etc.). Les années 80 ont vu le développement de la presse économique, la médiatisation excessive de certains patrons qui avaient intégré la presse à leurs stratégies de développement. Mais parce que l'information a été trop centrée sur les hommes (sur les "gagneurs") et pas assez sur les entreprises, les médias se sont retournés aussi rapidement lorsque certains d'entre eux furent mis en examen, brûlant ce qu'ils avaient adoré (le cas de Bernard Tapie est à cet égard exemplaire) comme pour se faire pardonner leur zèle antérieur.

Définir de nouvelles relations

La puissance des médias, leur omniprésence dans la vie sociale, les effets considérables qu'ils peuvent produire dans des sociétés devenues de plus en plus complexes et fragiles (il suffit, pour s'en convaincre, de prendre l'exemple récent de la "vache folle" dont la couverture médiatique a fait chuter de 30% la consommation de bœuf) donnent désormais aux journalistes de nouvelles responsabilités et à leurs partenaires réguliers (ou d'occasion, ou encore involontaires) le devoir d'accepter, dans certaines limites, les contraintes spécifiques qui pèsent sur l'exercice de cette profession. Nombre d'acteurs économiques, sans doute parce que les enjeux sont considérables dans ce secteur (un seul article, vrai ou non, peut déstabiliser une entreprise), ont déjà modifié leurs relations avec les journalistes : les entreprises font moins de communication, au moins en ce qui concerne leurs dirigeants ou la création d'événements de presse. Par contre, la "communication de crise" tend à se développer afin de permettre une meilleure gestion, par les entreprises, des situations ou des événements imprévus qui peuvent surgir et les déstabiliser. Les relations avec les journalistes étant moins médiatisées par des "dircoms", on peut espérer qu'en retour les journalistes ne se montreront plus seulement intéressés par les scandales et par ce qui sort de l'ordinaire, mais aussi par des reportages de fond sur le fonctionnement des entreprises.

Les intérêts des journalistes ne sont pas les mêmes que ceux des chefs d'entreprises ou, plus généralement, des intellectuels. Cela ne signifie pas qu'il ne soit pas possible d'instaurer une sorte de code de bonne conduite réciproque qui tienne compte des intérêts des uns et des autres. Il est anormal que la pratique des interviews soit bien souvent sans règles, que les personnes interviewées n'aient pas un droit de relecture en ce qui concerne au moins les propos qu'on

leur prête, qu'il n'existe pas un vrai droit de réponse qui sanctionne les fautes professionnelles des journalistes, que la compétence de nombre d'entre eux sur les domaines qu'ils couvrent soit très insuffisante (entraînant des erreurs de fait ou d'interprétation importantes).

De même, intellectuels et journalistes appartiennent à des univers dont les lois de fonctionnement sont très différentes. C'est pour cela que les professeurs sont longtemps restés hostiles aux médias de grande diffusion, et pas toujours pour de mauvaises raisons. Les journalistes, quant à eux, ne se sont pas privés de dénoncer le narcissisme de certains intellectuels, leurs exigences, leur refus de prendre en compte, lorsqu'ils étaient sollicités, la spécificité des médias et confondaient cours magistral et prestation télévisée. Pour peu que ce mépris structural réciproque soit surmonté et que les uns et les autres réfléchissent aux contraintes acceptables par tous, ce qui implique que les intellectuels comprennent les nécessités du travail journalistique mais aussi que les journalistes respectent celles du travail intellectuel, une collaboration est possible et même souhaitable. Tout n'est pas médiatisable – et les intellectuels doivent savoir refuser lorsqu'il le faut – mais rien ne doit être *a priori* exclu dès lors que le contrat entre journalistes et intellectuels est clair et respecté par les deux parties. Le monde intellectuel ne peut ignorer le monde des médias parce que, de toute façon, le monde des médias s'occupera, qu'il le veuille ou non, tôt ou tard, du monde intellectuel.

Cette compréhension réciproque passe peut-être prioritairement par une compréhension, de la part des journalistes, de ce qu'ils peuvent attendre de la sociologie des médias. Ils ne doivent pas en attendre des révélations croustillantes sur le fonctionnement ou la vie des médias et cela pour deux raisons. La première réside banalement dans le fait que les médias sont devenus des enjeux de pouvoir tels qu'ils sont placés sous la haute surveillance d'un nombre considérable d'acteurs dont, notamment, les journalistes d'investigation. Sans doute faut-il faire le tri entre les informations de complaisance, celles qui sont fabriquées pour alimenter la chronique des stars du petit écran et les informations réelles ou stratégiques qui sont utiles pour l'analyse. Mais il faut bien constater que la littérature journalistique, technique et scientifique est, en ce domaine, suffisamment abondante pour que la probabilité, pour un sociologue, de découvrir une information importante qui soit restée jusqu'alors cachée est faible, pour ne pas dire nulle. Mais s'il ne faut pas attendre du sociologue qu'il fasse des révélations, c'est surtout pour une autre raison, plus fondamentale encore, à savoir que ce n'est pas la vocation scientifique de cette discipline. C'est là un des malentendus fréquents dans le dialogue que journalistes et sociologues essayent d'établir entre eux, certains journalistes attendant des enquêtes sociologiques des *scoops* inédits. L'enquête sociologique ne doit pas être confondue avec l'enquête de police ou l'enquête journalistique. Si une bonne

« L'enquête sociologique ne doit pas être confondue avec l'enquête de police ou l'enquête journalistique »

connaissance par le sociologue de l'univers qu'il étudie est bien évidemment indispensable – et les nombreux ouvrages d'investigation sur les médias constituent une aide précieuse – il reste que cette connaissance n'est pas le but et la fin en soi du travail sociologique. La tâche spécifique du sociologue consiste à construire un modèle explicatif qui permette de comprendre le plus complètement possible les acteurs sociaux et de rendre compte de leurs comportements.

Au risque de décevoir, je voudrais donc conclure en insistant sur le fait que la sociologie a pour vocation de construire et de valider des systèmes d'hypothèses patiemment élaborés. Aussi, doit-elle s'accommoder, sans état d'âme, de l'accusation injuste, et même parfois malveillante, selon laquelle "elle enfoncerait des portes ouvertes". L'air est connu. Déjà, dans les années 60, pour prendre une autre branche de la sociologie tout aussi chargée de valeurs et d'intérêts que la sociologie des médias, certains pouvaient dire, à la lecture des premiers travaux de sociologie de l'éducation qui établissaient de manière irréfutable une relation entre réussite scolaire et origine sociale, que tout cela était évident alors que non seulement, cela ne l'était pas au point de rendre obsolète "l'idéologie du don" qui, aujourd'hui encore, est loin d'avoir disparu, mais surtout qu'il ne suffit pas de trouver cela "évident" (l'inverse l'étant tout autant pour ceux qui ont envie de croire l'inverse). L'apport spécifique des sciences sociales est d'établir méthodiquement, selon des procédures vérifiables, les faits en vue d'en tirer toutes les conséquences théoriques (ici, celles qui peuvent être attachées à la notion si féconde de "capital culturel", ou dans le domaine journalistique, les apports majeurs du concept de "champ"). La sociologie qui reste encore à faire sur les médias est intellectuellement passionnante et politiquement urgente ■