



**Année 2014-2015**

Université de Nice – Sophia Antipolis  
I.U.T de Nice Côte d'Azur  
Département Information-Communication  
Option journalisme

**Presse alternative et indépendante : une voie possible et souhaitable pour le journalisme ?**

**Le rôle des médias libres. L'exemple du *Ravi*.**



**RAPPORT DE STAGE**

Présenté par  
Nicolas RICHEN

Tuteur : Michel GAIRAUD (rédacteur en chef)

## REMERCIEMENTS

Je remercie l'équipe du *Ravi* composée de Samantha Rouchard, Clément Chassot, Sébastien Boistel le blagueur et Jean-François Poupelin, pour son accueil et sa considération durant ces deux mois de stage. Leur travail et leur passion me permettent de croire à mes aspirations et à une autre vision du journalisme.

Je remercie particulièrement Michel Gairaud, rédacteur en chef du mensuel, qui m'a guidé et accordé sa confiance et son écoute. Je tiens à souligner ses qualités pédagogiques et à le remercier pour ses conseils.

Merci également à Maité pour son soutien quotidien.

Je souhaite remercier le département information-communication et son directeur Jacques Araszkievitz pour m'avoir offert la possibilité de suivre cette formation et d'effectuer ces trois mois de stage sur les deux années de DUT, trois mois riches en expériences professionnelles qui m'ont permis de saisir les problématiques et les réalités de deux rédactions très différentes.

Je tiens à remercier particulièrement Emmanuel Marty et Catherine Benzoni-Grosset pour leurs outils théoriques qui m'ont permis de poursuivre des réflexions amorcées lors de mes études au Québec au sujet de l'analyse et de la critique des médias. De plus, je salue le travail de Julien Saada qui m'a donné le goût de m'intéresser davantage aux médias internationaux et aux enjeux géopolitiques. Quant à Marianne Denuelle, je la remercie de m'avoir guidé dans la réalisation de ce mini-mémoire, et je la remercie pour ses encouragements et pour l'espace de débats qui émanait de ses cours.

Enfin, je remercie Philippe Continsouza pour son écoute lorsque j'ai commencé le DUT et que j'étais un peu déboussolé.

# **SOMMAIRE**

Remerciements.....2

## **PARTIE 1 | RAPPORT DE STAGE .....**

Introduction au rapport d'activités ..... 5

**I) *lou Ravi*, un journal provençal qui ne baisse pas les bas ni le pantalon.....7**

**II) Environnement global de travail.....14**

**III) Analyse critique des missions effectuées .....17**

Conclusion du rapport d'activités .....21

## **PARTIE 2 | MÉMOIRE DE STAGE : Presse alternative et indépendante : une voie possible et souhaitable pour le journalisme ? Le rôle des médias libres. L'exemple du *Ravi*.**

Introduction au mémoire de stage .....24

**I) Critique anti-hégémonique du paysage médiatique français.....25**

**II) D'autres médias pour un autre monde. Plaidoyer pour des médias libres et populaires .....46**

**III) *lou Ravi*, un objet médiatique non-identifié .....57**

**1) Son financement : colmater en permanence les brèches.....58**

**2) Une liberté décapante.....61**

**3) Un média participatif, un média d'éducation populaire.....65**

Conclusion du mémoire de stage .....67

Bibliographie .....70

## Annexes

1   « Quand le travail rend pauvre ».....	74
2   La « toile » des propriétaires des médias français.....	75
3   PQR : vive la pluralité !.....	76
4   Les aides directes aux titres de presse durant la période 2009-2011.....	77
5   Charte mondiale des médias libres.....	78
6   « Lydia Schénardi (FN) revendique la censure des “journalistes malhonnêtes” ».....	86
Contact entreprise .....	88

# PARTIE 1 | RAPPORT DE STAGE

## INTRODUCTION

À partir de 2009, trois domaines ont commencé à m’attirer : le journalisme, l’écriture et la photographie. Rédacteur, puis rédacteur en chef d’*AllezSochoux.com* et du webzine *La Voix du Lion* que j’ai co-créé en 2012, j’ai pu commencer à faire mes armes dans l’écriture, la relecture, la gestion de projets et de sites Internet, tout en exprimant mon envie de créer et de travailler au sein d’une équipe.

Un cursus de deux années au cégep de Saint-Jérôme (Québec) en Arts et Lettres, spécialisé en journalisme et communication, m’a ouvert sur le monde, a diversifié mes centres d’intérêt, et a confirmé le fait que le journalisme pourrait être ma voie. Les encouragements de plusieurs professeurs et des rencontres fortes comme celle de Denis Robert en 2011 m’ont encouragé à avancer dans le domaine du journalisme.

Mais vers quel journalisme ? Dans un premier temps, c’est avec l’ambition de devenir journaliste sportif que j’avais mis un pied dans ce domaine. Une envie qui s’est largement estompée et qui a laissé sa place à d’autres ambitions : parler de politique, de social, d’écologie, des mouvements sociaux et mettre en lumière les vies de tous ces « invisibles ».

La transition Québec-France en 2013 a été difficile pour moi. D’un point de vue journalistique notamment, car j’ai eu le sentiment d’apprendre un autre métier en arrivant à Cannes : on m’a transmis une vision du métier très éloignée de celle que l’équipe d’enseignants au Québec m’avait fait découvrir et dont j’avais été sensibilisé — une vision critique des médias de masse et une approche tournée vers les médias indépendants et alternatifs.

Bien que je me sois rarement senti à ma place lors de ces deux années en raison de mes aspirations journalistiques sensiblement différentes de la vision (dominante) du métier

véhiculée dans cette école, mon passage à l'IUT de Cannes m'a permis de murir, d'avoir un aperçu plus global des réalités de la profession en France. Il m'a largement conforté dans mes choix et dans ma façon d'appréhender le journalisme, notamment grâce à mon expérience professionnelle à *l'Est Républicain* (agence de Belfort) en 2014. Cela est encore plus évident qu'en 2012 : le costume du journalisme de masse ne me va pas. C'est vers une autre forme de journalisme que je me dirige : un journalisme certes plus confidentiel pour le moment, mais un journalisme plus combatif, décapant, libre et indépendant des pouvoirs politique et économique et loin des autoroutes de l'information standardisée.

C'est bien pour cette raison que mon stage de fin de DUT au *Ravi* ne fut ni un hasard ni une solution, faute de mieux. Ma première rencontre avec cette rédaction en 2013 m'a redonné espoir et confiance, dans une période où je vivais un trouble journalistique. Je partage les combats du *Ravi* pour faire vivre un journal libre avec un ton dérangeant et original, qui donne une place aux voix dissonantes, au travail de fond, à l'enquête. J'ai du respect et de l'admiration pour le travail de ces journalistes qui ont des salaires de misère par rapport à leur engagement.

Abonné à ce journal depuis deux ans et membre de La Tchatche, l'association qui édite le journal, j'ai proposé bénévolement mes services à la rédaction l'été dernier<sup>1</sup>.

Au cours de ces deux mois de stage, Michel Gairaud, qui a été mon tuteur et mon rédacteur en chef, m'a confié diverses missions : rédaction de reportages, de brèves satiriques, d'entretiens, travail d'enquête, recherches préparatoires pour d'autres journalistes, secrétariat de rédaction. J'ai également pu collaborer à quelques reprises avec des consœurs bien connues à l'IUT de Cannes : Eva Garcin et Camille Degano, stagiaires à *L'Âge de faire*.

Ayant effectué mon stage dans une période particulièrement délicate d'un point de vue financier pour le journal, j'ai pu constater à quel point il est difficile de faire vivre un

---

<sup>1</sup> J'ai notamment réalisé ma première enquête intitulée « Quand le travail rend pauvre » (voir l'annexe 1).

média alternatif et indépendant. C'est un travail noble, un travail de passionnés, mais un combat quotidien.

Dans cette première partie, je ferai un portrait du *Ravi*, décrirai l'environnement global dans lequel j'ai effectué mon stage, en analysant le paysage médiatique régional dans lequel ce journal s'inscrit. Je rendrai aussi compte des missions effectuées au cours du stage, en terminant par une analyse critique de mes réalisations.

- **1 | *lou Ravi*, un journal provençal qui ne baisse pas les bras ni le pantalon<sup>2</sup>**



(Crédit Photo : Nicolas Richen)

---

<sup>2</sup> Cette présentation du *Ravi* est basée sur un portrait que j'ai rédigé. Il est disponible ici : <http://buzzles.org/2014/01/13/cest-lhistoire-dun-journal-irreverencieux-et-satirique/>

### **le Ravi en bref**

Satire et enquête en PACA

Création : 2003

Périodicité : mensuel

Prix à l'unité : 3,40 €

Nombre de numéros : 130

Édité par : *la Tchatche*, association coopérative et participative

2 journalistes à temps plein, 3 pigistes

Tirage : 5 000 exemplaires environ

Abonnés : environ 1 500 (objectif d'ici fin 2015 : 5 102)



**C'est l'histoire d'un journal irrévérencieux et satirique...** Marseille. 11, Boulevard National, au dernier étage. Quand Michel Gairaud, rédacteur en chef, présente les locaux du *Ravi*, l'invité comprend rapidement dans quel univers il met les pieds. Il entre dans une modeste cuisine qui fait aussi office de salle à manger, où son équipe a l'habitude de reprendre des forces : « *Voici la partie commune que nous partageons avec une association.* » L'atmosphère est feutrée et familiale. La petite rédaction fait vivre ces lieux aussi atypiques que modestes. La petite salle de rédaction est du même acabit: un éclairage approximatif, l'un ou l'autre bureau, quelques ordinateurs et des piles de journaux entassés un peu partout. Des dessins de presse sont accrochés aux murs.

**À contre-courant.** Revenons dix ans arrière pour comprendre l'histoire de journal « *sérieux qui ne se prend pas au sérieux* ». Insatisfaits de l'offre de la presse en PACA, une poignée de citoyens décident de créer un journal. « *Les gens qui ont lancé le canard n'étaient pas des journalistes. La plupart d'entre eux sortaient de la FAC avec des compétences en sociologie, en urbanisme et en environnement. Ils s'intéressaient aux questions de démocratie locale et travaillaient à l'échelle de la région* », explique l'actuel rédacteur en chef qui a participé à l'aventure à partir du numéro 6. Leur envie était « *de*

*proposer une presse différente et régionale. En creux, il y avait une critique assez forte de la PQR [Presse Quotidienne Régionale, ndlr] », se souvient Michel Gairaud. Les initiateurs du Ravi avaient le sentiment d'avoir quelque chose à dire sans pouvoir le faire dans les journaux traditionnels. Après avoir fait une tournée de la région PACA, ils ont eu la confirmation que la presse alternative était quasi inexistante. Une équipe de rédaction s'est formée avec une idée en tête : faire un journal régional, traiter de l'actualité locale sans parler du clocher et de l'opposition ville contre ville.*

Pour son rédacteur en chef, *le Ravi* « *avance sur deux jambes : l'enquête et la satire. Nous avons envie de renouer avec les fondamentaux de la profession* ». Le titre du mensuel illustre l'état d'esprit de l'équipe de rédaction, insoumise et qui ne baisse pas les bras. Car *lou Ravi* est un des santons de la crèche, il s'émerveille devant le miracle de la nativité, comme le traduit ses bras levés au ciel.

Après de modestes débuts, *le Ravi* a fait son bonhomme de chemin malgré plusieurs périodes délicates d'un point de vue financier. Depuis, des journalistes et dessinateurs ont intégré l'équipe. Le dessin de presse — le journal ne publie presque aucune photographie — est pour Michel Gairaud « *une preuve de notre goût pour l'irrévérence, car on met les pieds dans le plat. Cela amène une dimension que peu de supports médiatiques*

*choisissent* ». Peu à peu, le journal a acquis une certaine crédibilité, même si son ton piquant et sa liberté dérangent parfois.



### **État de décomposition médiatique en PACA.**

L'équipe du *Ravi* est très critique par rapport aux grandes entreprises de presse et dresse un portrait peu enviable de la santé de la presse régionale et nationale. Un portrait qui va bien au-delà des problèmes économiques. Quand le sujet est abordé, Michel Gairaud et Sébastien Boistel rient jaune. « *La situation est absolument dramatique, ce qui fait que notre discours*

*vis-à-vis de nos principaux confrères nous amène à faire preuve de militantisme. On pense que même si l'information n'est pas rentable, c'est une mission de service public qui doit être faite* », estime Sébastien Boistel. Son rédacteur en chef ajoute que la bonne ou la mauvaise santé de la presse est « *un indicateur de la santé du débat démocratique et de la vie en commun* ».

En PACA et en Corse, il est vrai que la diversité de la presse est en voie de disparition. Dans ce paysage médiatique très homogène, standardisé, un homme d'affaires règne : Bernard Tapie. Il a récemment fait l'acquisition de *La Provence*, de *Corse-Matin* et soutient financièrement la société coopérative d'intérêt collectif des salariés de *Nice-Matin* — un titre qui appartenait auparavant à Robert Hersant.



Au-delà du *Ravi*, quels médias affichent cette volonté d'apporter de la variété en PACA ? À Marseille, certains médias alternatifs tentent difficilement de garder la tête hors de l'eau : *Marsactu* (actuellement en redressement judiciaire, le *pure player* a lancé un appel de dons qui lui a permis de réunir près de 26 000 euros au 12.06.2015), *Radio Grenouille* (radio associative culturelle non commerciale), *Radio Zinzine* (radio associative non commerciale autogérée et écologiste), *La Marseillaise* (quotidien communiste placé en redressement judiciaire en avril en 2014 et repris par société Les Editions des fédérés, présidée par Pierre Dharréville, secrétaire départemental du Parti communiste français en avril 2015) et *CQFD* (mensuel de critique et d'expérimentation sociales).

n°100  
octobre 2012 - 3,40€

le Ravi

www.leravi.org

ENQUÊTE & SATIRE EN PACA

nouvelle  
formule

leRavi crèche dans la rue ! Un cahier spécial de huit pages écrit pour et par les sans-domicile. Pour que les sans-toit donnent de la voix...

# MÉDIAS Pressés comme des citrons

LA GROSSE ENQUÊTE

Soumis aux pressions économiques et politiques, les journalistes sont au bord de la crise de nerf... Enquête, p.19



CARICATURES



p.18 p.8

FAVORITISME AU CG 13 ?

Bouches-du-Rhône. Des marchés du CG 13, tenus par quelques entreprises, sont l'objet de soupçons de favoritisme. p.9

LA GRANDE TCHATCHA

Jean-Luc Chauvin. Comme les ministres du gouvernement en pèlerinage à l'université d'été du Méditerranée, le ravi a invité le patron des patrons des Bouches-du-Rhône. p.15

CONTRÔLE TECHNIQUE

Carpentras (84). Notre grand reporter a testé le conseil municipal où la gauche reste divisée sur les terres qu'a conquises Marion Marchal (jeux vidéo) Le Pen, la nouvelle députée d'extrême droite du Vaucluse. p.23

GERMINAL

La Seyne-sur-Mer (83). C'est le nom des toits du quartier Berthe qui doivent être détruits l'an prochain. Un reportage dessiné d'Irac Penic. p.28



3 782887 103407

» Lire gratuitement ce numéro à l'adresse suivante: [http://www.leravi.org/IMG/pdf/ravi\\_-\\_100.pdf](http://www.leravi.org/IMG/pdf/ravi_-_100.pdf)

Mais revenons-en au *Ravi* : son mode de financement est singulier par rapport aux grands groupes de presse<sup>3</sup>. Le journal est édité par *la Tchatche*, une association participative et coopérative. Indépendant des pouvoirs financier et politique, le journal est par contre dépendant de ses lecteurs et de ses abonnés.

***« On trouve normal de payer son demi ou sa baguette de pain, mais on se fait violence pour sortir un chéquier et souscrire à un abonnement. C'est quelque chose qui n'est pas naturel » — Sébastien Boistel, journaliste au Ravi***

**Le mirage de la gratuité.** Quelle est la philosophie de ce titre « pas pareil » ? L'équipe du *Ravi* pense que savoir bien s'informer s'apprend. Chaque année, un sondage proposé par *La Croix* montre qu'une bonne partie des Français sont très critiques par rapport aux médias dominants : « *C'est le paradoxe des sondages car d'un autre côté, les Français font surtout confiance à TF1* », relativise Michel Gairaud. Faire de la pédagogie, de l'éducation populaire pour décortiquer le fonctionnement des médias auprès du grand public est donc vital. Sébastien Boistel estime que « *la gratuité de la presse est imprégnée dans l'esprit des gens* ». « *La presse gratuite est un leurre. On trouve normal de payer son demi ou sa baguette de pain, mais on se fait violence pour sortir un chéquier et souscrire à un abonnement. C'est quelque chose qui n'est pas naturel* », renchérit son collègue, en expliquant que c'est une vraie bataille pour expliquer au public qu'il faut payer pour lire un journal de qualité.

Le rédacteur en chef du mensuel constate que les lecteurs se tournent de plus en plus vers des sources d'information alternative. « *Notre audience le prouve, même si nos ventes stagnent. Le paradoxe de notre journal, c'est que depuis sa première heure, il survit, s'imbrique avec des bouts de ficelle, mais existe depuis dix ans. Et malgré ses difficultés actuelles, il a la ferme intention d'exister pour les dix prochaines années. On fait des projets à long terme, mais on ne sait jamais ce qu'il va nous arriver dans six mois.* »

---

<sup>3</sup> Je reviendrai plus largement sur le (fragile) modèle économique du journal dans la partie 3.1.

Il remarque que des journaux « *beaucoup plus marquetés et financés* » sont apparus en même temps que *le Ravi*, avant de disparaître très rapidement. « *On est petit au milieu d'une tempête qui est forte, mais nos médias différents ne sont finalement pas si mal outillés, bien qu'ils répondent à des attentes qui sont difficiles à mettre en musique* ».

La rédaction n'est pas pessimiste quant à l'avenir de la presse et assume une forme de lenteur dans son travail qui est intimement liée au choix du papier et à une volonté de faire du travail de fond. Lors de sa naissance, le fait de proposer un journal mensuel était davantage une fréquence imposée par des limites logistiques. Aujourd'hui, l'équipe de rédaction trouve que ce qui était jadis une contrainte est devenu un choix, même un atout.



## ▪ 2 | Environnement global de travail

**Mes observations.** J'ai effectué ce stage à un moment où le journal traverse une nouvelle tempête qui secoue la rédaction. L'opération de redressement judiciaire est plutôt positive pour le moment. Mais cette période de réanimation du *Ravi* est loin d'être terminée. Il manque encore plus de 3 000 abonnés pour que le journal puisse voir de manière un peu plus claire son avenir. La rentrée sera cruciale pour la survie du titre : la rédaction compte beaucoup sur la période électorale qui se déroulera à la fin de l'année pour que la mobilisation des lecteurs passe à la vitesse supérieure. Mais l'équipe du *Ravi* a l'habitude de composer avec cette incertitude presque permanente quant à son avenir. Et même si depuis quelques mois, le nombre de pages du mensuel a dû être réduit tout comme le nombre de salariés, les ambitions éditoriales restent intactes. Le titre comptait 7 salariés avant l'officialisation du statut de cessation de paiement, soit l'équivalent de 5,5 temps pleins et est passé à 2 journalistes à temps plein et 3 pigistes. Le Tribunal de Grande Instance de Marseille va fixer le 10 novembre la fin de la période d'observation judiciaire du journal satirique.

La fréquence de parution du titre permet aux journalistes d'avoir un certain temps pour faire leurs articles, et même de commencer certains articles nécessitant plus de travail pour les numéros à venir. Car même si la rédaction peut difficilement anticiper, elle détermine néanmoins plusieurs mois à l'avance les thèmes phares qui seront probablement traités dans les mois à venir pour déterminer au plus vite le squelette (dossiers, articles principaux) des futures échéances.

Le grand avantage, c'est que les journalistes du mensuel n'ont pas à faire du remplissage en raison d'un manque de temps ou de tomber dans la facilité en relayant des communiqués institutionnels. Cela peut paraître absurde de le souligner, mais les sujets qui sont validés en conférence de rédaction sont choisis par les journalistes. Sans totalement faire fi de l'actualité, le journal tente de ne pas trop faire de suivisme et de prendre de la hauteur par rapport aux quotidiens ou d'imaginer une autre manière de traiter l'information.

Michel Gairaud rappelle régulièrement les priorités du journal pour qu'il garde ses singularités dans son traitement de l'information. Parler de la « cuisine » politique lui semble une évidence pour aborder des enjeux et les conséquences politiques d'un point de vue purement partisan. Mais cela serait insuffisant : *le Ravi* doit garder un cap orienté vers les initiatives citoyennes et associatives, les préoccupations de la population et des plus précaires. C'est d'ailleurs sa patte et ce pourquoi certaines personnes préfèrent s'informer grâce au *Ravi*.

Ce que j'ai aussi constaté, c'est qu'en raison d'une équipe assez réduite, les journalistes sont appelés à faire beaucoup de tâches différentes (sans forcément d'ailleurs pratiquer le journalisme multimédias). Leur difficulté est de ne pas trop disperser leurs énergies. Certains journalistes font aussi bien de la comptabilité, du secrétariat, du maquettage, de la rédaction, de la correction, diffusent le journal, assurent une présence sur le web, organisent les ateliers et les manifestations dans lesquelles le journal intervient, font vivre l'association... et préparent les séances au Tribunal de Grande Instance !

Concernant la construction du journal, les conférences de rédaction au début de chaque mois m'ont permis de comprendre que le chemin de fer n'est jamais figé. La rédaction aime faire évoluer la structure d'un numéro à l'autre — sans pour autant tout révolutionner —, en privilégiant parfois une rubrique plutôt qu'une autre en fonction de l'intérêt et du type de sujet traité. Par exemple, suivant l'inspiration, l'espace libre et l'intérêt d'un sujet, il peut être décidé de laisser 1 ou 2 pages à celui qui réalisera le reportage dessiné. Cette liberté est à double tranchant : car une modification même légère du chemin de fer peut engendrer une panoplie d'autres problèmes pour pouvoir rééquilibrer le journal et pour garder une certaine cohérence aux yeux des lecteurs.

De plus, j'ai pu constater que les décisions sont prises de manière collégiale, qu'il n'y a pas de véritable chef.

**On lève les bras cassés !** La conférence de rédaction pour le numéro de juin a été particulièrement enrichissante. En effet, la rédaction du *Ravi* a travaillé en concert avec leurs confrères et amis de *Marsactu* — également en redressement judiciaire. Une manière d'unir leurs forces, de se soutenir mutuellement et de créer une synergie à l'occasion d'un dossier sur les 20 ans de Jean-Claude Gaudin à la mairie de Marseille. J'ai ainsi pu constater des similitudes et des divergences entre les journalistes des deux titres marseillais. Certes, ils sont dans la même dynamique pour défendre une presse alternative, indépendante et un journalisme d'enquête. Mais le fait que *Marsactu* soit un média en ligne est une différence fondamentale autant dans l'écriture — longueur des textes, angles — que d'un point organisationnel — que pour la manière de présenter, de structurer le dossier et pour les échéances à respecter. Les journalistes du *Ravi* ont dû leur expliquer quelles sont les contraintes du papier ; ce qui était réalisable ou non.

De plus, *Marsactu* n'a pas l'identité satirique, le même ton que *le Ravi*. Cela a nécessité une certaine adaptation des deux rédactions. Le choix du titre du dossier a notamment fait débat, tout comme la manière de traiter cette date anniversaire, même si un consensus s'est assez rapidement dégagé sur ce de dernier point.

Il était aussi intéressant de voir que les deux médias n'ont pas les mêmes relations avec certains interlocuteurs, en particulier pour certains responsables politiques à Marseille. Benoît Gilles, rédacteur en chef de *Marsactu*, a expliqué par exemple qu'il arrivait à échanger avec le maire de Marseille, à établir une certaine confiance mutuelle, chose qui est bien plus délicate pour les journalistes du *Ravi*.

### ■ 3 | Analyse critique des réalisations effectuées

Ayant été contributeur du journal l'an dernier et étant abonné, je n'ai pas véritablement découvert le fonctionnement de la rédaction et les journalistes.

On m'a confié des missions variées : secrétariat de rédaction, rédaction de brèves satiriques, recherches et prises de contact pour des sujets par la suite traités par d'autres journalistes ou dessinateurs. J'ai également été sur le terrain pour faire de l'enquête et du reportage. La plupart du temps, j'ai travaillé seul, mais il m'est arrivé de travailler sur certains projets avec d'autres journalistes.

**Révélation = abnégation.** Le rédacteur en chef m'a fait confiance, en plus de m'offrir de l'autonomie dans mon organisation. Il m'a laissé expérimenter l'enquête pour que je me butte à certaines difficultés. Le résultat n'a pas toujours été concluant, comme pour un sujet d'enquête que j'ai proposé sur le recyclage des déchets. Je souhaitais savoir quelle part de déchets est réellement recyclée en PACA et si certaines collectivités territoriales n'usent pas de pratiques peu avouables. La marche était un peu haute : il était difficile de trouver les bons interlocuteurs ayant un minimum de liberté de parole, d'autant plus pour un sujet sensible comme celui-ci. Frustré, je n'ai finalement pas réussi à faire aboutir ce travail d'enquête, malgré de nombreux coups de téléphone et certaines pistes intéressantes. Ces informations étaient insuffisantes pour rédiger un article et faire des révélations.

L'enquête en partenariat avec *L'Âge de faire* sur la qualité de l'eau dans la Durance a été plus fructueuse. Même si travailler à trois sur un même sujet demande une bonne coordination, j'ai trouvé qu'il était stimulant de travailler sur des sujets un peu ardu comme celui-ci. Trois cerveaux, pour imaginer parfois comme soutirer certaines informations, dans le but de faire des révélations, n'est jamais de trop ! Je comprends d'ailleurs aisément l'intérêt pour *Marsactu*, *le Ravi* et *Mediapart* de s'associer sur certaines enquêtes : cela à l'avantage d'avoir un carnet d'adresses plus fournis, de combiner les façons d'enquêter et de mettre en commun les connaissances des institutions et des réalités (entre autres politiques) d'un territoire bien précis. Je comprends aussi pourquoi un média

national comme *Mediapart* travaille parfois avec des journalistes spécialisés dans la couverture d'un certain territoire (comme ceux de *Marsactu* ou du *Ravi*), qui ont une implantation régionale ou locale.

« **Y'a pas que PACA** ». J'ai participé à la réalisation de deux pages consacrées aux médias méditerranéens (la page « Y'a pas que PACA »). Ma mission était de préparer le terrain à des journalistes qui étaient en charge des entretiens et de la rédaction. Ainsi, pour l'Algérie et l'Espagne, je devais faire des recherches (et parfois de faire appel à des spécialistes) pour synthétiser l'état du paysage médiatique, comprendre les enjeux, les problématiques rencontrées par les journalistes sur place et la situation de la liberté de la presse et de la liberté d'expression, tout en identifiant des acteurs clefs — et essayer de trouver les coordonnées de potentiels interlocuteurs. Ce travail m'a rappelé celui que j'ai dû réaliser au cours de la semaine du RIG à l'IUT. La plus grande difficulté était de cibler les informations essentielles et de trouver des médias alternatifs dont l'indépendance n'est pas facile à mesurer depuis l'étranger.

**Prendre de la distance.** Lorsque j'ai travaillé sur les médias algériens pour le numéro de juin, j'ai eu l'occasion d'apprendre à connaître davantage les méthodes de travail de Sébastien Boistel. Il m'a invité à l'accompagner pour un entretien avec Zak Ostamane, un journaliste algérien à Marseille. Son témoignage fait partie des temps forts de mon stage. Ce journaliste est ciblé par le pouvoir et les islamistes en raison de ses engagements politiques et associatifs ainsi que pour son orientation sexuelle. Être journaliste, opposant au pouvoir et homosexuel : c'est en quelque sorte la triple peine pour un Algérien. Ce militant LGBT est connu pour avoir soutenu les Femens algériennes comme Yamina et pour avoir œuvré au sein de collectifs progressistes, pro-démocratie et défendant un État laïque. Cet autodidacte a été chroniqueur pour le journal *La Liberté*, un ancien quotidien communiste et a connu la guerre civile quand il était jeune. Réfugié en France depuis 2013, il vit à Marseille depuis plusieurs mois et vient d'obtenir le statut de réfugié politique.

Son témoignage m'a particulièrement touché de par sa force et parce qu'il met en lumière l'archaïsme des institutions et des valeurs algériennes. Il m'a permis d'aller au-delà des

chiffres, du classement annuel de Reporter Sans Frontières, de mettre un visage sur cette réalité, de découvrir l'état des libertés dans ce pays à travers les propos d'une personne directement victime de répression.

Mais la sympathie, voire la certaine admiration que j'ai pu ressentir envers Zak Ostamane ne devait pas éclipser une certaine remise en question, une distance pour relativiser certains propos. Ne pas travailler sur le coup de l'émotion, de l'emballement, n'est pas facile pour un journaliste dans une situation comme celle-ci. Sébastien Boistel m'a d'ailleurs confié après cette entrevue qu'il était sceptique au sujet de certaines affirmations de notre interlocuteur. L'avantage, c'est que nous ne devons pas lutter contre le temps : Sébastien a ainsi eu le temps de vérifier des informations sur Internet et en questionnant d'autres journalistes algériens.

Dans un tout autre registre, j'ai été marqué par une rencontre avec une maraîchère que j'ai rencontré dans le cadre d'un reportage sur les jeunes agriculteurs dans les Alpes-de-Haute-Provence. Cette jeune femme m'a partagé sa détresse en me faisant comprendre qu'elle était sur la ligne rouge d'un point de vue moral et financier. Cet entretien était assez dur à mener pour cette raison car j'ai senti la haine, la déception qu'elle a accumulé envers la société, mais aussi parce cette interlocutrice parlait beaucoup et allait dans toutes les directions. Dans la deuxième partie de l'entretien, nous avons abordé la question des médias : elle m'a partagé son admiration pour Alain Soral et Dieudonné en m'expliquant qu'elle s'informait principalement sur le site *Égalité & Réconciliation*. Cet échange était déjà assez dur émotionnellement ; cette réponse m'a un peu paralysé, déconcerté pendant quelques secondes. J'ai dû prendre sur moi et trouver les bons mots pour la relancer sans la juger. Il a fallu se recentrer sur le but de ma démarche sans entrer dans un débat idéologique.

Ce que je souhaitais faire ressortir dans ce reportage, c'est la réalité de ce métier d'agriculteur et la lutte que mènent ces jeunes qui tentent de défendre une autre agriculture, plus raisonnée.



(Crédits Photos : Nicolas Richen)

**Un tour à la Friche de la Belle de Mai, dans les studios de *Radio Grenouille*. Ce stage m'a permis de perfectionner mon esprit de synthèse, de reformulation, notamment lorsque j'ai dû retranscrire l'intégralité d'une émission de radio (« La Grande Tchatche » avec l'anthropologue et sociologue Michel Péraldi) de près d'une heure et en extraire les passages les plus intéressants. J'ai eu la chance que l'invité du mois s'exprimait de manière assez claire et structurée.**

**Une question de ton.** Je relèverai une dernière difficulté que j'ai rencontrée : m'adapter au ton du journal. Michel Gairaud m'a fait remarquer que certaines de mes accroches ou de mes chutes étaient trop « littéraires ». Il a fallu trouver le bon ton (parfois agrémenté de jeux de mots et d'humour pour les brèves satiriques ou pour les amorces, au style souvent énergiques, et les chutes).

## CONCLUSION

Oui, une autre manière de faire du journalisme est possible. Je le mesure encore davantage au terme de mon stage au *Ravi*. Certes, faire vivre ce type de presse est un combat quotidien, et trouver un autre modèle économique en s'éloignant de ressources financières comme les subventions publiques et la publicité est pour le moins compliqué.

Néanmoins, différents aspects me rendent plus proche de ce type de presse. Le rythme d'un mensuel est aussi très différent de celui d'un quotidien. Une certaine urgence demeure, même dans une rédaction comme celle du titre provençal et satirique. Mais ce rythme me convient davantage, car il permet d'avoir un certain recul et de vraiment choisir ses sujets et la manière dont on les traite, tout en faisant un travail de fond, d'analyse, d'approfondissement.

Ne pas avoir à lutter en permanence contre le temps permet de revenir aux fondamentaux du métier et de ne pas tomber dans « *la circulation circulaire de l'information* », un des importants travers du journalisme de masse.

J'ai également pu voir un aperçu des méthodes utilisées par les journalistes d'enquête : confronter ses sources, identifier les acteurs clés et trouver un moyen de les joindre, savoir se présenter et présenter son journal sans trop attirer les suspicions chez son interlocuteur.

Se confronter aux difficultés d'enquêter m'a aussi permis de mesurer l'importance d'être un spécialiste du territoire que l'on couvre et d'avoir un carnet d'adresses important et diversifié : ce qui n'est pas encore mon cas !

Enfin, ces deux mois d'expérience professionnelle m'ont confirmé mes ambitions : travailler un jour dans ce type de média, au risque de devoir accepter une certaine précarité et d'avoir au moins dans un premier temps un statut de pigiste.



## INTRODUCTION

**De quoi la critique des médias est-elle le nom ? Quel est l'historique et l'héritage politique de cette critique anti-hégémonique des médias dominants ? En quoi l'essentiel du paysage médiatique français est-il standardisé et nourrit la pensée unique ?**

**Informé sur l'information.** Vous avez dit « médias pluriels » ? Cette pluralité tant chérie par les politiques de tous bords après l'attentat à *Charlie-Hebdo* est difficile à voir au premier abord quand on regarde le paysage médiatique français, tant l'information est standardisée et tant la concentration et la convergence sont importantes. Comment ne pas faire preuve d'inquiétude et d'indignation au regard du monde médiatique français ? Aujourd'hui, trouver des espaces de liberté pour celui qui souhaite aller à contre-courant des idées dominantes est devenu un combat politique, une lutte de classe.

Un bref tour d'horizon des médias de masse permet de prendre la mesure de ce phénomène, de ce champ de ruines médiatiques. Car l'essentiel des médias de masse sont dans les mains d'une oligarchie. La pluralité a depuis longtemps cédé sa place à la standardisation de la presse : une forte concentration des médias en est une des causes principales. Et qui dit concentration des médias dit convergence des mêmes points de vue, des mêmes façons d'appréhender le monde et des mêmes intérêts à défendre pour l'oligarchie qui détient les médias de masse.

Pour ces raisons, il est essentiel de comprendre les mécanismes de ces médias. La lutte contre la mondialisation capitaliste ne peut faire l'impasse sur une forme d'éducation populaire : informer sur l'information<sup>4</sup>. Appréhender l'évolution que connaissent les médias, c'est aussi comprendre à quel point ceux-ci sont étroitement liés à l'action du capitalisme financier mondialisé de plus en plus élargie, qui impacte autant le plan social, le plan intellectuel et le plan artistique.

---

<sup>4</sup> PLPL & Acrimed. Informer sur l'information. *Petit manuel de l'observateur critique des médias*. 2004. 22 p.

Alors que le rejet de la classe politique se généralise, la classe médiatique en prend aussi pour son grade. « *Ce sont tous des vendus !* ». Combien de fois a-t-on entendu cette affirmation, symptomatique d'un profond ras-le-bol de l'opinion publique ? Sans tomber dans le poujadisme, dans une critique du « *tous pourris* », cette réflexion entend en partie expliquer ce rapport de plus en plus tumultueux entre l'opinion publique et les journalistes qui n'est pas sans fondements.

Enfin, je tenterai d'analyser les problématiques sur le plan démocratique, social et politique causés par l'uniformisation de la presse et le traitement de l'information des médias de masse. Ma réflexion reposera sur l'idée que les médias dominants ne remplissent plus leur fonction démocratique. Le petit milieu de la presse parisienne s'écoute parler, il fait souvent la place aux mêmes invités, aux mêmes « *experts* » ou « *spécialistes* » peu dangereux pour une remise en question du système capitaliste. Cette fracture entre les classes populaires et les médias dominants a été particulièrement visible lors du referendum sur le traité constitutionnel européen en 2005 et lors des émeutes dans les banlieues la même année.

## ▪ 1 | Analyse critique anti-hégémonique du paysage médiatique français

### **Du journalisme d'État au journalisme serviteur du capitalisme et de l'oligarchie.**

Quel est le ferment de la crise de la presse ? Ses origines sont multiples et l'évolution technologique due à Internet n'est pas étrangère à ce que certains qualifient de « période de mutation » pour le journalisme. Mais n'est-ce pas oublier l'essentiel ? Cette crise, exacerbée par le pouvoir de plus en plus important des communicants et des relationnistes publics, ne serait-elle pas plus profonde ? C'est du moins la thèse soutenue à travers cette réflexion.

La grande majorité des médias dépendent de la publicité et à des propriétaires influents (parfois économiquement et politiquement), ce qui a standardisé l'information et réduit la liberté éditoriale des rédactions. Le conformisme, la servilité aux pouvoirs, la progression de la concentration et de la convergence, la « *circulation circulaire de l'information* »<sup>5</sup>, l'obéissance à une logique d'instantanéité, le diktat des parts de marché et de l'audience, la progression de précarisation des journalistes, la réduction des formats et du travail de fond, autant d'ingrédients qui expliquent que les journalistes sont de moins en moins crédibles aux yeux de l'opinion publique.

Après avoir pris une certaine distance avec le pouvoir politique (et de l'État en particulier, avec les phénomènes de censures à l'*ORTF* dans les années 60 et la mainmise du Général de Gaulle), la profession a cru trouver son indépendance grâce au pouvoir économique. La domination progressive de l'idéologie libérale de l'économie dès la fin des années 70, y compris dans le domaine des médias, va en effet restreindre l'intervention de l'État dans le journalisme et va profondément transformer la profession et ses pratiques. Les logiques économiques (entrée dans le monde de l'audience et de la publicité), de libéralisation, de déréglementation et le renforcement des contraintes commerciales sont justifiées par la nécessité d'indépendance des médias.

Mais la concentration des médias au sein de groupes économiques, la convergence des mêmes idées et des mêmes intérêts et la privatisation de médias (comme *TF1*) vont engendrer d'autres profonds problèmes d'indépendance vis-à-vis du pouvoir économique.

---

<sup>5</sup> Cette expression du sociologue Pierre Bourdieu exprime le fait que les informations diffusées par les médias sont très souvent des informations produites par d'autres médias. Ce mécanisme contribue à l'uniformisation de l'information. Ce phénomène s'illustre de plus en plus à l'échelle transnationale.



Une de la dernière édition du journal *Article 11*.

Dans le sillage de la naissance des mouvements altermondialistes (notamment d'Attac<sup>6</sup>), écologistes et critiques du capitalisme néolibéral au début des années 2000, nous avons vu ressurgir une critique de gauche anti-hégémonique des médias. Une critique déjà formulée du mouvement de 68 qui a fait émerger de nombreuses radios libres et associatives toujours émises aujourd'hui. C'est en 1996 que l'association Acrimed (Action-Critique-Médias) est née, durant le mouvement social de 1995 qui s'est opposé « *aux prétendues "réformes" que voul[ait] imposer le gouvernement* » et que « *la plupart des médias mobilis[aient] leur morgue et leur mépris* ». Acrimed est un observatoire des médias classé à gauche, une association-carrefour qui réunit chercheurs, universitaires, journaliste, salariés des médias et militants du mouvement social. Cette association se fixe quatre principaux objectifs : informer sur l'information (sur son contenu et sur les conditions de sa production), contester l'ordre médiatique existant, mobiliser toutes les forces pour politiser la question des médias, et enfin, proposer des transformations en profondeur des médias.

<sup>6</sup> Association pour la taxation des transactions financières et pour l'action citoyenne, qui défend des idées altermondialistes et anti-libérales.

Mais les critiques des médias sont diverses. Il y a une critique des médias véhiculée par une partie de l'extrême droite qui défend la thèse des « *merdias* » et des journalistes « *tous pourris* ». Et il y a aussi une critique des médias qui repose sur une critique des individus (donc des journalistes et d'un manque de respect de la déontologie), et qui évacue totalement une analyse critique du contexte systémique dans lequel s'inscrivent ces médias dits « *dominants* ». Ceux-ci sont imprégnés par l'idéologie du capitalisme et contribuent à la pérennisation du *statuquo* sur le plan politique et alimentent une certaine vision du journalisme et de l'information marchande. Une telle critique dépolitisée est pour le moins limitée et simpliste : elle ne s'interroge pas sur les questions fondamentales, sur les pratiques du journalisme et fait fi du rôle profondément politique des médias. Les médias dominants ne sont pas des acteurs neutres comme beaucoup le prétendent. Ils sont pleinement liés et impliqués dans l'évolution capitaliste et sont devenus des empires, une presse obéissant à la loi du marché.

Ma réflexion critique s'inscrit dans un discours qu'on peut résolument classer à gauche de l'échiquier politique, d'inspiration marxiste, qui défend une profonde transformation sociale, démocratique et progressiste. Elle est portée, entre autres, par les travaux d'intellectuels tels que Noam Chomsky, Normand Baillargeon<sup>7</sup>, Serge Halimi, Frédéric Lordon, le travail d'éducation populaire de l'association Acrimed (Action-Critique-Médias) et les réflexions des documentaristes Pierre Carles et de Gilles Balbastre. Cette dernière clarification me semble essentielle, car mon intention à travers cette réflexion sur les médias n'est pas du tout de cautionner une critique des médias formulée par l'extrême droite. Je tenterai au contraire de faire la critique d'un système capitaliste qui s'est largement infiltré au sein du monde des médias, d'une certaine vision de la profession que je récusé.

---

<sup>7</sup> Ce professeur en sciences de l'éducation à l'Université du Québec à Montréal (UQÀM) a écrit un ouvrage incontournable et d'utilité publique pour ceux qui souhaitent s'initier à la critique des médias. : BAILLARGEON, Normand. *Petit cours d'autodéfense intellectuelle*. Instinct de liberté. Lux, 2006. 338 p.



## L'information au service du marché et prisonnière des actionnaires

L'information, un vulgaire produit comme les autres ? C'est du moins l'approche défendue, et à peine voilée, des médias dominants qui produisent et diffusent des marchandises. « *Les médias de masse se présentent eux-mêmes comme des entreprises mercantiles, des supports marchands. Les journaux et les radios, même publiques, parlent d'eux comme de "marques" et déterminent leurs priorités*

*éditoriales en fonction de la "demande" des "consommateurs".* »<sup>8</sup> Et cela n'est pas sans conséquence.

**Les écoles à formater.** Les écoles délèguent la formation des journalistes à leurs futurs employeurs, et donc par l'intermédiaire de journalistes travaillant dans les médias dominants. Formater les étudiants pour qu'ils correspondent le mieux possibles aux exigences de ces entreprises de presse et donc du marché telle est la priorité de ces établissements, en particulier privés. C'est bien pour cette raison que les futurs employeurs font le choix de verser leur taxe d'apprentissage à certains établissements plutôt qu'à d'autres. Ils s'infiltrèrent ainsi directement dans les écoles privées et déterminent ainsi l'admission des élèves en siégeant dans les jurys d'entrée, au conseil d'administration des écoles privées. C'est justement ce qu'illustre et dénonce François Ruffin dans *Les petits soldats du journalisme*<sup>9</sup>. Ce journaliste travaille pour diverses publications alternatives comme *Le Monde Diplomatique* et *Fakir* — un mensuel d'enquête sociale qu'il a fondé. Il

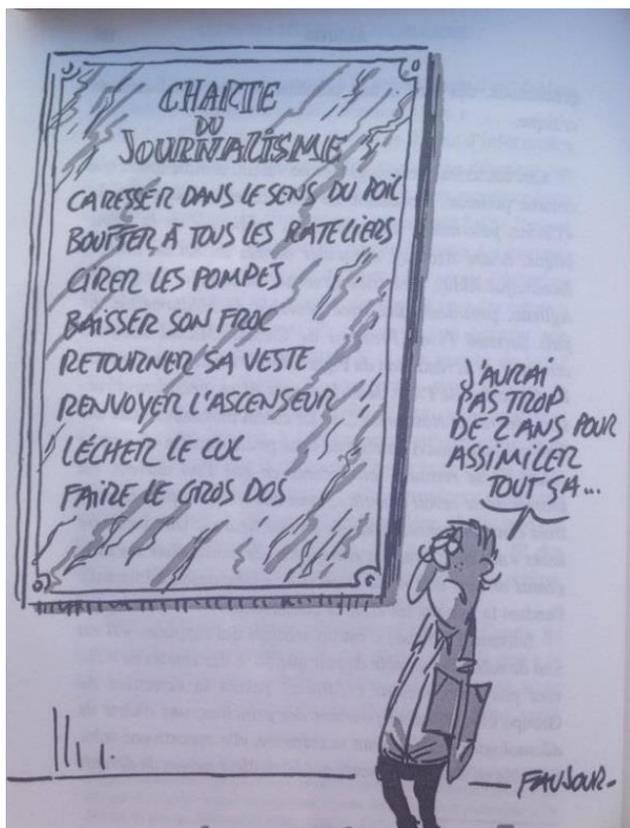
<sup>8</sup> Groupe « médias » d'Attac, « Médias & mondialisation libérale », *revue Agone*, numéro 28, 2003, [En ligne] Disponible sur : <http://revueagone.revues.org/430>. (Consulté le 28 mai 2015).

<sup>9</sup> RUFFIN, François. *Les petits soldats du journalisme*. Les Arènes, 2003. 271 p.

est diplômé du Centre de formation des journalistes (CFJ) fondé en 1946, qui se présente comme « *la meilleure école de journalisme en France et même en Europe...* » Quand François Ruffin y est entré en 2000, le conseil d'administration du CFJ comptait notamment Pierre Lescure (ex-PDG de *Canal +*), Claire Richet (épouse du fondateur Jacques Richet), Jérôme Seydoux (PDG de Pathé-Chargeurs, actionnaire de *Libération*), Jean-Michel Bloch-Lainé (ex-président de la banque Worms), Roland Cayrol (directeur général de l'institut CSA), ainsi que les donateurs suivants : *Le Monde*, *Agence Havas* (c'est la plus ancienne agence de presse au monde; elle est désormais un des plus grands groupes mondiaux de publicité et de conseil en communication et est coté à la bourse de Paris), *TF1* (le capital de *TF1 SA* est majoritairement détenu par le groupe Bouygues), *France 3*, *Le Midi Libre* et l'agence Capa (agence de presse française et société de production). Vivendi Universal Publishing (multinationale française spécialisée dans la communication et le divertissement, présente à travers le monde et coté à la Bourse de Paris où elle appartient à l'indice CAC 40) a également rejoint le conseil d'administration au début des années 2000. « *Voilà l'école du contre-pouvoir, pleinement intégrée au système — économique, notamment. Cherchant davantage, pour sa survie, à servir cet ordre établi qu'à le troubler ou à le renverser.* » Ne nous leurrions pas : l'objectif numéro un de ces écoles de journalisme privées n'est pas de contribuer à une information citoyenne, mais plutôt d'apprendre la servilité aux futurs journalistes pour qu'ils s'adaptent aux « *besoins des recruteurs* », qu'ils répondent « *aux évolutions du marché* » et aux « *nouvelles demandes des entreprises* ». Bref, de préparer de bons petits soldats correspondant au marché. Résultat selon le politiste et sociologue Érick Neveu: « *L'effet de ce cursus est de propulser vers les postes stratégiques du journalisme français une population aux profils peu variés* », « *proche des élites politiques et économiques* », « *sans expérience d'autres mondes sociaux* ».

D'après François Ruffin, dans une école comme le CFJ, on apprend avant tout à suivre l'actualité (faire du suivisme médiatique, en somme), à « *faire vite et mal* », à privilégier le futile (l'intérêt du public), le divertissement, la forme, au sujet de fond (d'intérêt public), à dépolitiser certains sujets pas assez consensuels et à internaliser des paramètres comme la « *dictature du lectorat* », les courbes d'audience. Quid de critique de l'ordre médiatique ?

Elle ne constitue, tout au moins, qu'un détail du programme quand elle n'est pas carrément inexistante. Quant à la culture générale, au goût pour la lecture, de la réflexion, le CFJ ne mise pas sur ces compétences. L'école ne possède pas de bibliothèque, seulement « *une (très) modeste "documentation" [...]. Une centaine d'usuels.* »



Certes, la mainmise de ces employeurs et de ces grands groupes est moindre dans les établissements publics de journalisme. Mais leur influence n'est pas inexistante, bien que moins directe, puisque l'essentiel des professionnels employés dans les écoles publiques sont issus des médias dominants (Radio France, France Télévisions et les grands groupes de presse privés). Dans ces conditions, il est difficile d'attendre de la part de ces professionnels une critique de l'ordre médiatique...

« *Ce sont des journalistes travaillant dans les médias plus dominants qui forment les étudiants dans les écoles de journalisme. Durant mon année de formation à Marseille, je n'ai pas eu de journalistes venant de canards satiriques ou ayant des pratiques professionnelles différentes. On forme les journalistes pour qu'ils soient prêts tout de suite sur le marché et qu'ils servent une information comme on leur demande de la faire* », regrette Sébastien Boistel du *Ravi*, passé par *l'Humanité*.

À l'instar du capitalisme néolibéral, cette vision du journalisme est érigée comme une loi naturelle, neutre, évidente, indiscutable, et surtout pas politisée et idéologique. Cela n'est qu'un écran de fumée, car comme le souligne encore le groupe médias d'Attac, les médias de masse « véhiculent "spontanément" une pensée de marché. La pensée unique, c'est le marché dans la tête. Car la censure est plus efficace quand elle n'a pas besoin de se dire,

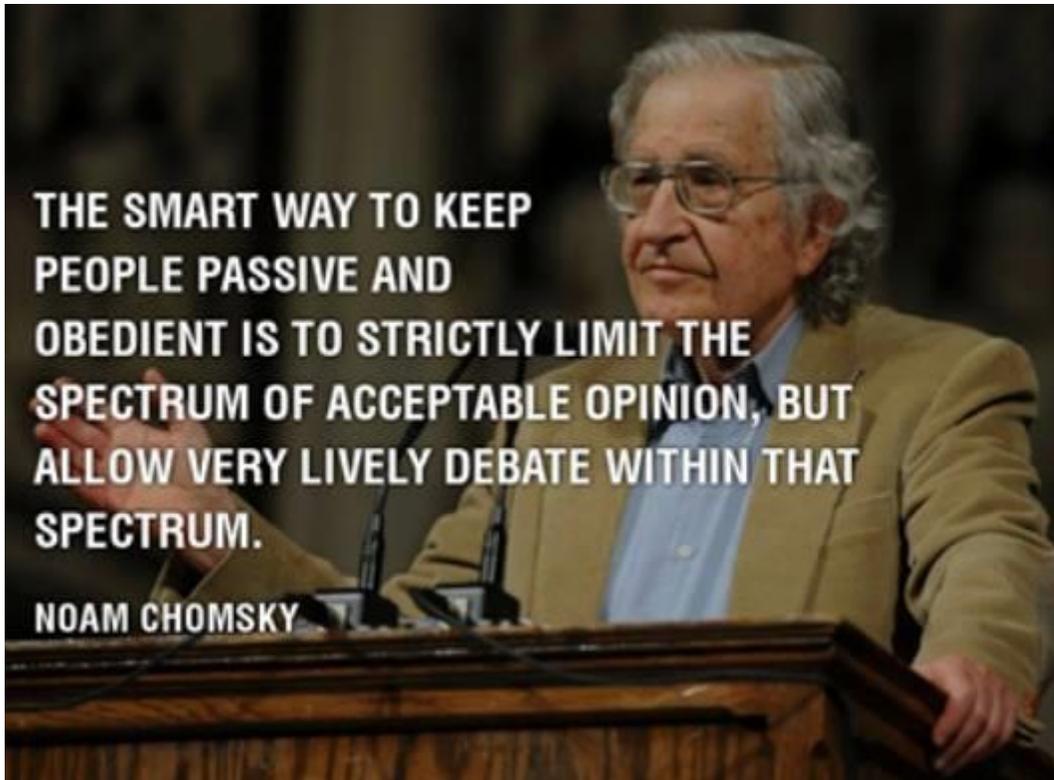
*quand les contraintes sont intégrées par le journaliste, les espaces de liberté enclos, quand les intérêts du propriétaire miraculeusement coïncident avec ceux de l'information. Comme l'explique Alain Accardo<sup>10</sup>, c'est sans pression apparente – ou en tout cas sans pression de tous les instants – que bon nombre de journalistes agissent tel le pélican qui “pond un œuf tout blanc. D'où sort, inévitablement, un autre qui en fait autant”*». Cette pensée de marché a pour principale caractéristique de nier l'intérêt du débat démocratique, comme si ce dernier se limitait à un échange sur les meilleurs moyens de mener la même politique néolibérale et sur le fait de pouvoir choisir la personne qui applique une telle politique.

Cette manière de concevoir l'information se vérifie aussi dans les pratiques de la profession : les « grands » médias sont d'abord des entreprises qui fonctionnent conformément aux formes de *management* capitalistes. Cela implique un recours de plus en plus régulier à des journalistes précaires<sup>11</sup>. Un phénomène également largement visible dans les médias publics : la dernière grève printanière à *Radio France* l'atteste, puisque les origines du mouvement social, au-delà de la gestion catastrophique et pour le moins discutable du budget de la direction reposaient bien sur une dénonciation de la précarité de la majorité des employés et des coupures budgétaires. Des freins criants à la liberté de la presse, à sa pluralité et aux missions de services publics. Des missions qui sont de plus en plus difficiles à différencier des priorités de rentabilité des médias privés.

---

<sup>10</sup> Sociologue français, objecteur de croissance et notamment auteur de *Introduction à une sociologie critique* (Agone, 2006).

<sup>11</sup> À ce sujet, se référer à : ACCARDO, Alain. ABOU, Georges. BALBASTRE, Gilles. DABITCH, Christophe. PUERTO, Annick. *Journalistes précaires, journalistes du quotidien*. Éléments. Agone, 2007. 895 p. (Chapitre : « Pour une socioanalyse des pratiques journalistiques »)



***« Le meilleur moyen de garder un peuple passif et obéissant est de limiter le spectre des pensées acceptables et de tolérer des débats très vifs dans ce spectre. »***

Le traitement des médias dominants est aussi révélateur quant à leur ADN capitaliste. Le traitement biaisé des mouvements sociaux et des classes populaires l'illustre bien. Le champ sémantique régulièrement utilisé n'est pas anodin et participe incontestablement à un discours qui décrédibilise ou stigmatise les grèves et les classes populaires. Les exemples ne manquent pas... Gilles Balbastre a d'ailleurs relevé les traitements les plus illustres en la matière dans une série de courtes vidéos intitulées « *Lisier médiatique* ». <sup>12</sup> Parmi les plus significatifs, il y a les grèves à la SNCF et les mouvements sociaux à la suite de suppressions de postes à Transcontinental (Amiens-Nord). Une fois encore, une telle appréhension de l'information est liée à la priorité des médias de masse visant à accroître leur audimat; cela est particulièrement vrai pour les chaînes de télévision, avec la force des

---

<sup>12</sup> BALBASTRE, Gilles. « Lisier médiatique ». In : Vimeo. [En ligne]. Disponible sur : <https://vimeo.com/user29226791/videos> (consulté le 24.05.2015)  
BALBASTRE, Gilles. Nous avons les armes. (Bande-annonce) In : Vimeo. [En ligne]. Disponible sur : <https://vimeo.com/98440797#at=586> (consulté le 24.05.2015)  
<https://vimeo.com/98439349#at=0> (consulté le 24.05.2015)

images. Matraquer un discours de manière quotidienne et populiste sur le thème de « l'insécurité », de la « peur » et de la « violence » (physique et pas sociale<sup>13</sup>) est un dispositif fréquemment utilisé par les journaux, les radios et les télévisions pour instrumentaliser nombre de faits divers ou discréditer, voire stigmatiser les classes populaires et les mouvements sociaux. Traversons l'Atlantique pour illustrer plus concrètement ce phénomène : aux États-Unis, le nombre de sujets des journaux télévisés consacrés aux homicides a augmenté de 474 % entre 1990 et 1999, à une période où le nombre des homicides a baissé. Cette surmédiatisation — un doux euphémisme — des faits divers a contribué à un durcissement pénal du pays.

En France, le fait que les médias de masse s'abreuvent quotidiennement des faits divers les plus sordides durant la campagne présidentielle de 2002 n'est pas totalement étranger à la présence de Jean-Marie Le Pen au second tour. En effet, « le thème de "l'insécurité" a été deux fois plus médiatisé que celui de l'emploi et huit fois plus que celui du chômage au cours du mois de mars 2002, c'est-à-dire quelques semaines avant le premier tour des élections présidentielles. L'effet d'imposition produit par la déclinaison unique de tous les sujets sous l'angle de l'insécurité (école, jeunesse, transports, sports, quartiers populaires) est redoublé par un



Photomontage d'Acrimed.

mode de traitement journalistique qui, simultanément, escamote les questions

relatives à l'insécurité sociale et économique (accidents du travail, infractions aux lois du travail, maladies professionnelles, chômage et précarité) », soutient groupe « médias » d'ATTAC. La responsabilité civique, sociale des journalistes n'est pas à l'origine de tous les maux de la société certes, mais il ne faut pas pour autant la négliger.

---

<sup>13</sup> PINÇON, Michel & PINÇON-CHARLOT, Monique. *La violence des riches. Chronique d'une immense casse sociale*. La Découverte, 2014, 268 p.

## Empires médiatiques

**Médias, économie et oligarchie.** « *Aujourd’hui, ce qui est impossible de surmonter, c’est la concurrence. Quand on a commencé, il y avait deux chaînes. Aujourd’hui, il y en a des dizaines. Quand on a commencé, il y avait trois radios qui comptaient. Aujourd’hui, il y en a des centaines et il y a Internet. Donc rien ne peut plus être dissimulé durablement. Il y a toujours de la concurrence, il y a une logique mécanique qui fait que l’indépendance est réelle aujourd’hui, et plus importante qu’hier* ». Cette affirmation vient de la bouche d’Alain Duhamel, un dinosaure de la profession. Et bon nombre de ses collègues et de ses confrères abondent dans ce sens. Pour eux, la multiplication des médias au cours des dernières années riment forcément avec la pluralité. La concurrence, cette chère « bienfaitrice » de la pluralité médiatique... Ce foisonnement médiatique — qui se voit dans les médias traditionnels comme les chaînes de télévision et de radio, mais aussi dans les nouveaux médias, avec l’émergence d’Internet — est bien réelle. Mais le nombre ne fait pas la pluralité; cette multiplication des médias agit finalement comme un trompe-l’œil.

Les médias qui ont une large audience sont la propriété d’une élite économique (parfois politique), d’une oligarchie<sup>14</sup>. Il est important de souligner que les mêmes grandes firmes ont une influence étendue car elles diversifient leur action dans le secteur médiatique. À titre d’exemple, Vivendi s’est positionnée à la fois dans l’audiovisuel, l’édition, le multimédia et les télécommunications. Son champ d’action est donc très large, au même titre que le groupe Lagardère, présent dans l’édition, la presse écrite, la radio et le multimédia ; que Pinault (presse, télévision et distribution de produits



<sup>14</sup> Se référer à l’annexe 2 pour consulter le graphique des propriétaires de médias en France.

culturels); ou que Bouygues (télévision et télécommunications).

Les entreprises de presse quotidienne nationale, hebdomadaire et régionale deviennent peu à peu des empires médiatiques. Les groupes respectifs auxquels appartenaient *Le Monde* (Monde SA) et *Le Figaro* (groupe Socpresse-Express)<sup>15</sup> se livraient une bataille de chaque instant, mais cela ne les empêchaient pas de nouer régulièrement des accords publicitaires. Ces deux groupes ont néanmoins toujours eu les mêmes ambitions de rachat de titres (*Télérama*, *Courrier International* pour le premier; *L'Express*, *L'Expansion*, *l'Étudiant*, etc. pour le second). La concentration est une compétition, une concurrence permanente comme pour n'importe qu'elle grande entreprise. Et plus un groupe devient puissant, plus son concurrent aura des raisons de justifier sa concentration. En somme, la concentration d'un groupe de presse renforce la concentration des autres groupes. C'est un peu comme lorsque le Real Madrid se paye un joueur de premier plan; le FC Barcelone n'a pas le choix de réagir en dépensant massivement sur le marché des transferts. C'est une question de réputation. Yves Chaisemartin, PDG de la Socpresse, est tout à fait dans cet état d'esprit, et ne s'en est d'ailleurs pas caché lors du rachat du groupe *L'Express* : « *Je ne pouvais pas rester sans rien faire. Les projets du Monde m'obligeaient à réagir.* » C'était sans compter sur la réaction de Jean-Marie Colombani (PDG du Monde SA) : « *Que serait la position du Monde et son avenir si nous n'avions pas jeté les bases d'un regroupement ?* » La libéralisation de la presse dans toute sa splendeur, où les médias deviennent de simples produits, des marques à rentabiliser.

Pour saisir l'ampleur de la concentration des médias français, il suffit de citer quelques noms. Serge Dassault, englué dans plusieurs affaires judiciaires, et propriétaire du *Figaro*; Xavier Niel, coactionnaire du groupe *Le Monde*; Arnaud Lagardère, à la tête de *Paris Match*, *Elle*, du *Journal du dimanche* et d'*Europe 1*. Rappelons que la loi anti-concentration datant de 1986 interdit à un groupe de posséder plus de 30 % de ce que représente la diffusion totale des quotidiens d'information politique et générale, qu'ils soient nationaux, régionaux ou locaux. Avec *Les Échos* et *Le Parisien Aujourd'hui en*

---

<sup>15</sup> La Socpresse était jusqu'en 2005 une des deux branches du groupe Hersant. Le groupe Dassault (la filière Dassault Medias) a racheté *Le Figaro* en 2004.

France<sup>16</sup>, Bernard Arnault est en passe d'être l'un des gros poids lourds de la presse française : il tutoierait cette limite (24 %). Si le rachat se confirme, les quatre plus grands quotidiens et les trois plus grands magazines d'information appartiendraient à un des membres du club très fermé des douze plus grandes fortunes françaises... Vive la pluralité et l'indépendance !

Bernard Arnault, l'homme le plus riche de France, est à la tête du premier groupe de luxe au monde, LVMH. Restons dans cette continuité : il y a peine quelques semaines, le patron des Nouvelles Éditions Indépendantes (LNEI), Mathieu Pigasse (directeur général délégué de la banque Lazard) a annoncé être en négociation exclusive avec les actionnaires de *Radio Nova*. Ce dernier est actionnaire du *Monde* avec Pierre Bergé et Xavier Niel. Ce trio qu'on surnomme « BNP » possède, entre autres, *Télérama*, *L'Obs*, *Courrier International*, *La Vie*.



Ce n'est pas plus glorieux du côté de la presse quotidienne régionale<sup>17</sup>. Le Crédit Mutuel atteint presque le seuil des 20 % de la PQR. Faudrait-il, alors, baisser les seuils de concentration ? « Si le Crédit Mutuel n'avait pas été autorisé à racheter Le Républicain Lorrain, on l'aurait laissé mourir, rétorque Patrick Eveno. Il n'y avait aucun autre candidat à la reprise. » Pour l'historien, ce n'est pas une question de concentration, qui est « inévitable », mais de nature des patrons : une conception purement économique qui évite un peu facilement la question de l'indépendance...

<sup>16</sup> L'homme d'affaires vient de se porter acquéreur du *Parisien Aujourd'hui en France* pour 50 millions d'euros. Une transaction discutée avec le groupe Amaury, qui possède *Le Parisien*, *L'Équipe*, et la structure ASO, tournée vers les événements sportifs (Le Tour de France et le Dakar, etc.).

<sup>17</sup> Se référer à l'annexe 3 pour consulter la carte de France des propriétaires de la PQR.

Le cas du *Monde* est révélateur de cette progression de la concentration de la presse et du manque criant d'indépendance des rédactions : il mérite qu'on s'y arrête un peu plus longuement. Ce titre historique qu'on qualifie — « qualifiait » serait certainement plus juste — de « quotidien de référence », est symptomatique à l'heure actuelle de ce phénomène de capitalisation des médias et du manque d'indépendance. Depuis la prise de contrôle du quotidien du soir par le trio Niel-Pigasse-Bergé, ainsi que par le groupe Pisa (64% du capital) en juin 2010, la ligne éditoriale a pris une nouvelle direction, davantage axée sur le monde des affaires et l'entreprise, alors que le journal appartenait jadis majoritairement aux journalistes (à la Société des rédacteurs du *Monde*). Les dernières révélations d'anciens journalistes comme Hervé Kempf au sujet du manque de liberté des journalistes illustrent bien que cet aura du *Monde* en matière d'indépendance est désormais chose du passé<sup>18</sup>.

Plus récemment, le 24 mai dernier, Michel Kajman, ex-journaliste du *Monde*, n'a pas caché sa désillusion, alors que le directeur du journal n'est plus le directeur de la publication. Un autre tournant majeur pour le titre. Un symbole fort et « *décisif, structurant et non pointe d'épingle juridique, comme on me l'a maintes fois opposé lors de mes ultimes semaines de présence au Monde. Parce que le directeur du Monde est désormais soumis, en dépit des torrents de sourires qui sont censés signifier que non, pas du tout, mais voyons..., à l'autorité du directeur général nommé par les actionnaires. [...] La pièce qui se joue est à la fois une farce et un drame. Une farce parce que les actionnaires ont tous pouvoirs, comme ils viennent de le rappeler avec une certaine brutalité et il faudra sans doute que la rédaction se plie tôt ou tard à leur volonté, celle du moment ou celle qu'ils inventeront ensuite, en tant que de besoin. [...] Au spectacle de la farce-drame d'aujourd'hui, je ne peux m'empêcher de me souvenir et de (me) demander : dans l'indépendance, l'esprit collectif d'un journal est ardent. Une belle loi, pour le coup, un capital aussi important que LE capital. C'est vrai : la chair, parfois, est faible : on l'a éprouvé, au Monde, autant qu'ailleurs. La barque avance, plutôt avançait ainsi, souvent de manière incertaine, souvent à coups de gaffes* »<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> KEMPF Hervé. « Adieu Le Monde, vive Reporterre ! » In : site Reporterre.net [En ligne]. Disponible sur : <http://www.reporterre.net/Adieu-Le-Monde-vive-Reporterre> (consulté le 24.05.2015).

<sup>19</sup> <http://blogs.mediapart.fr/blog/michel-kajman/250515/le-monde-sans-directeur-la-farce-et-le-drame>

Le manque de liberté éditoriale se voit aussi dans les médias publics qui ont de plus en plus tendance à imiter les médias privés et leurs impératifs de rentabilité. Daniel Mermet, ancien journaliste de *France Inter*, présentateur et producteur de l'émission historique « Là-bas si j'y suis » est bien placé pour le dire. « *Deux choses tétanisent les dirigeants de Radio France : les enquêtes d'audience, reflet d'une logique commerciale, et la nomination de leur président, effectuée sous influence politique. Informer, instruire, divertir : les termes du triptyque fondateur de la radiodiffusion publique ont connu des fortunes diverses. A la Libération, le troisième ne supplantait pas les deux premiers* », a dénoncé Daniel Mermet dans un article du *Monde Diplomatique* en mai 2014<sup>20</sup>, juste après l'annonce de la suppression de son émission de la grille horaire de France Inter.

*« A la machine à café, journalistes et petites mains dénoncent rituellement le mode de confection des enquêtes Médiamétrie, dont sont actionnaires les grandes radios privées, avant tout soucieuses de déterminer leurs tarifs publicitaires. Ce qui ne concerne pas la radio publique, affranchie de cette contrainte, mais également actionnaire de l'institut. Incapable d'affirmer sa différence en lui redonnant un sens et une ambition, la radio publique a néanmoins fini par s'aligner sur la loi du marché. [...] Les rebelles de la machine à café le clament : toutes les grandes conquêtes de l'esprit, les grandes émancipations collectives apparaissent d'abord minoritaires et subversives. Dans les idées, en art, en politique. Avec Médiamétrie, pas de Galilée, ni de Vincent Van Gogh, ni d'Albert Einstein ; même pas un Pierre Desproges. Et Edgar Morin, sa flèche monte ou descend ? Le principe des affaires a contaminé les valeurs du service public de la radio et menace de lui faire la peau. Comme à La Poste, comme dans la santé, l'enseignement, la recherche...», s'indigne celui pour qui l'audience est devenue la seule boussole de France Inter.*

---

<sup>20</sup> MERNET, Daniel. « Rapprocher le micro de la fenêtre ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2014/05/MERMET/50418> (consulté le 24.05.2015)

## Les nouveaux chiens de garde du capitalisme et de l'ordre établi

Indépendance et pluralité, deux termes vides de sens, deux mots qui agissent souvent comme cache-misère. Cela n'empêche pas *France Inter* de choisir comme slogan « *La différence, c'est l'indépendance* » et *Libération* de lancer une campagne publicitaire sur le thème de « *L'information est un combat* » pour convaincre son public que « *tutoyer le président, c'est être plus proche de l'information* » et non plus proche du pouvoir<sup>21</sup>.



La critique qui est au cœur de la présente réflexion est plutôt taboue dans les « grands » médias. Mais certains journalistes des médias dominants sont parfaitement conscients de ce manque criant d'indépendance, même s'ils se montrent plutôt discrets sur cet état de fait. Ce manque de liberté éditoriale, ces règles tacites des propriétaires des médias à leurs rédactions semblent avoir été internalisés (du moins en partie) par les journalistes eux-mêmes. Ces derniers ne contestent plus cette logique, et bon nombre d'entre eux semblent avoir accepté ces règles du

« jeu », symptomatique d'un fatalisme profond. Dire que les « grands » médias obéissent à l'idéologie capitaliste est une évidence; ils ne sont qu'un des rouages de ce système de penser et de gouverner. Ce n'est d'ailleurs par un hasard si on les qualifie de « dominants », puisqu'ils obéissent à l'idéologie dominante.

<sup>21</sup> BALBASTRE, Gilles & KERGOAT, Yannick. *Les nouveaux chiens de garde*. JEM Productions. 2012, 104 min., coul.

**« Il y a de vrais pouvoirs : les vrais pouvoirs stables, c'est le pouvoir du capital » — Franz-Olivier Giesbert, journaliste au Point**

Deux moments de radio sont pour le moins éclairants à ce sujet. Le premier remonte à une dizaine d'années. Élisabeth Levy, de *France Culture*<sup>22</sup> demandait à Laurent Joffrin: « *Est-ce que vous avez l'impression que la presse Lagardère<sup>23</sup> est une presse aux ordres, soumises aux intérêts économiques, soumises aux marchands d'armes ?* » Quelle est la réponse de Laurent Joffrin<sup>24</sup>, alors directeur du *Nouvel Observateur* ? « *Non... Euh... Il faudrait voir en fonction des titres, selon les parties de l'empire Lagardère. Mais il y a toujours, une puissance diffuse; il y a des gens qui sont tellement puissants qu'ils n'ont même pas besoin de parler. Et ça ne les prive de toute influence sur l'orientation, évidemment : quand on crée un journal, on ne va pas tout d'un coup donner les clés à une équipe de journalistes qu'on a recrutée pour les besoins de la cause. Il est logique que le propriétaire fixe une orientation.* »

« *On vous a déjà censuré ? Par exemple, un article est prêt, avez-vous reçu un coup de téléphone de Robert Hersant<sup>25</sup> [alors propriétaire du Figaro, ndlr] vous disant "non, il n'est pas question qu'on fasse cet article-là, il n'est pas question qu'on titre de cette manière-là" ?* »<sup>26</sup>, demande avec un semblant d'innocence Jacques Chancel à Franz-Olivier Giesbert, passé du *Nouvel Observateur* au *Figaro* à la fin des années 80 :

« - *Écoutez... Ce sont des choses qui arrivent dans tous les journaux. Et ça me paraît tout à fait normal. Je pense que tout propriétaire a des droits sur son journal. D'une certaine*

---

<sup>22</sup> « Le premier pouvoir », *France Culture*, le 2.10.2004.

<sup>23</sup> Un groupe présent dans l'aéronautique, l'armement, le livre et la distribution, qui détient, entre autres, *Le Journal du Dimanche*, *Paris-Match*, *Europe 1* et qui possède également 20% de *L'Alsace*, 15% de *La Dépêche du Midi* et 5,4% du *Monde*

<sup>24</sup> Journaliste de tendance sociale-libérale, actuellement à la tête de la rédaction de *Libération*. Il anime un club de réflexion politique Danton et était membre du club Le Siècle avant de quitter en mai 2011 et de l'accuser de représenter une nouvelle oligarchie (<http://tempsreel.nouvelobs.com/societe/20110512.OBS2927/argent-pouvoir-privileges-ils-ont-tout.html>). Je reviendrai plus en profondeur sur le club Le Siècle.

<sup>25</sup> Homme d'affaires français surnommé « le papivore ».

<sup>26</sup> « Radioscopie », *France Inter*, le 16.12.1989.

manière, il a lui le pouvoir. Vous parliez de mon pouvoir, enfin mon pouvoir, excusez-moi, c'est une vaste rigolade...

- Disons, le pouvoir du journaliste ! Disons, la responsabilité !

-[Ironique] Bin oui ! Enfin... le pouvoir du journaliste !... Il y a de vrais pouvoirs : les vrais pouvoirs stables, c'est le pouvoir du capital. Ça c'est le vrai pouvoir. Il est tout à fait normal que le pouvoir s'exerce. »



Cette réalité aura rarement été aussi assumée aux yeux du grand public. Effectivement, les propriétaires des grands médias ne sont pas des chevaliers blancs, de Bons Samaritains du droit à l'information, de la liberté de la presse et de sa diversité. Ils exercent avant tout, et en toute logique, une influence à travers leurs médias pour défendre de manière plus ou moins visible leurs intérêts.

« Détenus depuis cinq ans à 100 % par Vivendi-Universal, nous étions à la merci des caprices de notre actionnaire » ; concède un ancien

directeur de *L'Express*, avant de se féliciter que Jean-Marie Messier n'ait jamais fait usage de son droit de « caprice ». « *L'indépendance* » journalistique, vous aviez dit « *terme cache-misère par excellence* » ?

## **Le Siècle, chantre de la connivence politico-médiatique**

Loin d'alimenter une quelconque théorie du complot, les « grands » journalistes côtoient régulièrement l'élite politique française. Et pas uniquement dans le cadre professionnel...

Chaque mois, le gratin médiatique et politique se retrouve en toute discrétion au dîner du Siècle, à Paris. L'unique consigne tacite est simple : rien de ce qui est raconté à l'intérieur ne doit se retrouver à l'extérieur. Il est déjà important de noter que le milieu politique et le milieu médiatique partagent plusieurs points communs. Journalistes vedettes et politiciens de premier plan côtoient les mêmes milieux et ont les mêmes intérêts à partager et à protéger. Cela explique pourquoi les médias de masse sont si peu enclins à remettre en cause l'ordre établi. Pourquoi ne pas participer au statu quo quand on fait partie des dominants ?

Dans le documentaire *Les nouveaux chiens de garde*<sup>27</sup>, le sociologue et chercheur au CNRS, François Denord fait une analyse sans appel : « *Ces journalistes en question, ce ne sont pas des pigistes ou des intermittents ordinaires, ce sont les vedettes de la profession, c'est-à-dire à la fois ceux qui mettent en forme l'information et ceux qui formatent les débats politiques et économiques en France. Ces journalistes vedettes sont assez peu différents des politiques et des patrons avec lesquels ils partagent de nombreux traits sociaux communs ; ils viennent des mêmes milieux sociaux. Parmi les journalistes connus, il est très difficile de trouver un fils d'ouvrier, un fils d'employé ou un fils d'agriculteur. En revanche, des fils de médecin, il y en a beaucoup, comme des enfants de diplomates voire des enfants d'industriels. Ces gens viennent de milieux semblables, ce qui permet une certaine familiarité entre eux.* »

**« *Les journalistes vedettes ne sont pas des journalistes ordinaires et sont assez proches des politiques et des patrons qu'ils interviewent* » — François Denord, sociologue**

Autre trait commun : « *Ce sont des gens qui ont suivi les mêmes formations. Journalistes ne veut pas dire écoles de journalisme. Christine Ockrent, David Pujadas ou Jean-Pierre Elkabbach sont tous passés par Sciences-Po. Claire Chazal et Emmanuel Chain sortent d'HEC. Bref, ces journalistes vedettes ne sont pas des journalistes ordinaires et sont assez*

---

<sup>27</sup> BALBASTRE, Gilles & KERGOAT, Yannick. *Les nouveaux chiens de garde*. JEM Productions. 2012, 104 min., coul.

*proches des politiques et des patrons qu'ils interviewent.* » Toujours dans ce film-documentaire, Henri Maler, fondateur, animateur d'*Acrimed* et maître de conférence en science politique, observe une particularité française : « *Nous avons de grands groupes médiatiques qui vivent des marchés publics. C'est béton et canon, Bouygues et Lagardère. C'est une situation rapidement malsaine du point de vue des médias, mais qui est par contre très intéressante pour les groupes en question parce que cela leur permet de disposer de leviers d'influence politique particulièrement corrupteurs.* » Pour Michel Naudy, rédacteur en chef et chargé de missions à France 3, « *C'est un seul et même monde. C'est un peu comme si dans une famille, certains avaient décidé de faire politique, d'autres de faire économie et d'autres d'opter pour journalisme. Ces gens partagent les mêmes modes de vie, les mêmes valeurs, les mêmes amitiés. Ils vont dans les mêmes hôtels et ils passent les vacances dans les mêmes lieux.* »

À titre d'exemple, la proximité connue et affichée entre Nicolas Sarkozy — alors que ce dernier était Président de la République — et les grands propriétaires des médias ne va pas sans poser problème : « *elle est évidemment corruptrice* », lâche Henri Maler. Mais la fréquentation du yacht de Bolloré et les copinages en tous genres reposent avant tout sur la convergence des options idéologiques et politiques. Ces relations d'amitié entre ces oligarques sont relativement efficaces à partir du moment où il existe un accord sur le fond du monde qu'ils veulent construire, sur les intérêts économiques qu'ils souhaitent protéger.

### **Les aides à la presse aux médias dominants et aux publications de bac à sable**

Les aides censées être au service de la pluralité de l'information et des points de vue renforcent au contraire les idées dominantes, la pensée unique et les groupes médiatiques les plus puissants (en termes de lectorat et de moyens)<sup>28</sup>. Le collectif de la « Presse Pas Pareille »<sup>29</sup> remet en question le système d'aides à la presse mis en place par l'État. Il profite aux grands journaux bien souvent détenus par de riches hommes d'affaires (Lagardère, Arnault, Bouygues, Dassault, etc.) et à des titres qui proposent un contenu journalistique d'intérêt public pour le moins discutable — comme *Télé 7 Jours*, *Télé Star*

---

<sup>28</sup> Voir l'annexe 4.

<sup>29</sup> Plus d'informations à cette adresse : <http://www.leravi.org/spip.php?article1732>

et *Télé Loisirs* qui se retrouvent dans les 20 titres les plus aidés en 2013, selon des données du ministère de la Culture et de la Communication<sup>30</sup>. Serge Halimi, directeur du *Monde Diplomatique* en riait jaune il y a déjà quelques années : « *Notre journal se classe au 178e rang [sur les 200 titres étudiés en 2012, ndlr]. C'est-à-dire très loin derrière des publications aussi cossues et adorées des annonceurs que Le Nouvel Observateur (8e), L'Express (9e), Télé 7 jours (10e), Paris Match (12e) et Valeurs Actuelles (66e). Plus édifiant, des titres aussi indispensables au débat public que Télécâble Satellite Hebdo (27e), Grazia (74e), Point de Vue (86e), Closer (91e), Le Journal de Mickey (93e), Gala (95e), Voici (113e), Prions en église (121e), Auto Moto (124e), Mieux vivre votre argent (131e), Détente Jardin (167e), Spirou (172e) se retrouvent devant Le Monde Diplomatique...* »<sup>31</sup> *Le Monde Diplomatique*, qui est par ailleurs le journal français le plus lu à l'étranger, a purement et simplement disparu de la liste des deux cents titres les plus aidés !<sup>32</sup> Un mini-rééquilibrage serait-il en vue ? La ministre Fleur Pellerin a promis le 2 juin dernier que les aides à la presse — dans le collimateur de la Cour des comptes depuis plusieurs années — seront différemment ventilées.



Quelques unes de journaux (grassement) subventionnés.

<sup>30</sup> Le classement 2013 des titres les plus aidés à cette adresse : [http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/05/06/aides-a-la-presse-qui-touche-le-plus\\_4411883\\_4355770.html#partie1](http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/05/06/aides-a-la-presse-qui-touche-le-plus_4411883_4355770.html#partie1)

<sup>31</sup> HALIMI, Serge, « Closer écrase *Le Monde Diplomatique* », In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2013-12-19-aides> (consulté le 24.05.2015).

<sup>32</sup> Selon les chiffres rendus public le 5 mai 2013 par le ministère de la Culture et de la Communication.

- 2 | D'autres médias pour un autre monde : plaider pour des médias libres et populaires



**Sortir du rang.** « Notre désir, d'autant plus fort qu'il était souvent muet, était de libérer les journaux de l'argent et de leur donner un ton et une vérité qui mettent le public à la hauteur de ce qu'il y a de meilleur en lui. Nous pensions alors qu'un pays vaut souvent ce que vaut sa presse. Et s'il est vrai que les journaux sont la voix d'une nation, nous étions décidés, à notre place et pour notre faible part, à élever ce pays en élevant son langage. » Cet éditorial inaugural d'Albert Camus dans *Combat*, en 1944, a toujours une résonance particulièrement actuelle pour ceux qui se battent pour faire vivre une presse libre<sup>33</sup>.

<sup>33</sup> Se référer à la charte mondiale des Médias Libres, annexe 5.

Après avoir fait un pâle portrait des médias dominants, de leur formatage, cette deuxième partie compte fournir des débuts de solution et aborder certaines initiatives originales des médias alternatifs. Si un autre monde existe, d'autres médias aussi. En m'inspirant notamment de l'Appel des Médias Libres<sup>34</sup>, j'expliquerai quelles sont les forces et les fragilités de ces médias alternatifs. L'objectif est aussi d'expliquer leur mission, leur fonctionnement, leur apport social et démocratique et de montrer leur grande diversité. Malgré leurs différences, toutes ces publications ont un principal point commun : refuser la marchandisation des médias et participer à la réappropriation de ces derniers et des espaces de liberté et de démocratie par ceux qu'on pourrait qualifier les « 1% » et apporter d'autres réponses aux différentes crises que nous traversons. Apporter une voix dissonante face au discours véhiculé dans les médias dominants, c'est le credo de plusieurs dizaines de médias. Leur mot d'ordre : traiter les sujets peu abordés dans les médias de masse ou les aborder différemment.

**Lutter contre le fatalisme et le consentement.** Il s'agit de profiter des crises qui touchent les médias pour réinventer profondément le journalisme, revenir à certains fondamentaux comme l'enquête et créer de nouveaux médias. Car comment imaginer le monde autrement si d'autres médias n'existent pas ? Comme nous l'avons constaté et dénoncé précédemment, les médias de masse appartiennent à une élite. Mais partout en France, des médias refusent d'accepter la loi du marché et de renoncer à leur liberté éditoriale. Ils sont multiples, variés et font le choix d'une indépendance vis-à-vis des pouvoirs économique et politique. Ces médias alternatifs, en marge des « grands » médias, survivent pour assurer une information indépendante des intérêts de l'oligarchie et être un contre-pouvoir digne de ce nom. Ce pari est une lutte quotidienne, parfois particulièrement dure à assumer financièrement. Inventer d'autres médias « *plus près des jetables que des notables* »<sup>35</sup>, populaires mais pas populistes, est devenu un enjeu de salubrité démocratique. Car les médias représentent une question profondément politique. On pourrait même parler d'un

---

<sup>34</sup> « Appel des médias libres ». In : leravi.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.leravi.org/spip.php?article1811> (consulté le 24.05.2015)

<sup>35</sup> Slogan de l'émission « Là-bas si j'y suis » de Daniel Mermet. Déprogrammée par les dirigeants de *France Inter*, il y a près d'un an, l'émission a migré sur Internet grâce à ces fidèles et nombreux auditeurs. Plus d'informations à cette adresse : <http://la-bas.org/>

enjeu de classe. « *Les grands médias constituent une instance centrale de production de consentement à l'ordre établi, y compris parmi ceux et celle qui ont le moins à attendre de cet ordre. [...] Notre critique des médias n'a de sens que si elle contribue à dissoudre un tant soit peu ces formes de consentement, à mettre à nu le parti pris structurel des médias en faveur des possédants et à laisser entrevoir, non seulement d'autres médias, mais une autre société.* »<sup>36</sup>

**« *La presse est libre lorsqu'elle ne dépend ni du gouvernement ni des puissances d'argent mais de la seule conscience des journalistes et des lecteurs* »**

Certes, il faut reconnaître que cette vision des médias, qui ont le souci d'une éducation populaire, est empreinte d'utopie. Ils ne pèsent pas bien lourd face aux oligopoles médiatiques et aux journalistes-moutons-normalisés. Mais l'utopie et la marginalité sont deux ingrédients essentiels face au monopole des médias dominants. Cette approche comprend aussi l'idée d'une presse qui doit bousculer la *doxa*, déranger, remettre en question les puissants, les idées dominantes et l'ordre établi.

*« La presse n'est pas un instrument de profit commercial, c'est un instrument de culture, sa mission est de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain. La presse ne peut remplir cette mission que dans la liberté et par la liberté. La presse est libre lorsqu'elle ne dépend ni du gouvernement ni des puissances d'argent mais de la seule conscience des journalistes et des lecteurs. »* D'où sort de telles affirmations ? D'un tract révolutionnaire ? Non, c'est un simple extrait de la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes de la presse libre, adoptée par la Fédération nationale de la presse en 1945, c'est-à-dire, par les patrons de presse ! Bourdieu disait qu'il ne sert à rien de mettre l'éthique des journalistes dans leurs mains s'il n'y a pas de cadres légaux qui les protègent...

---

<sup>36</sup> ACRIMED. *Médiacritique(s), le magazine trimestriel d'Acrimed*. « Médias et classes populaires » Avril-mai-juin 2015, n°28, pp. 19-30.



« À force d'avoir ouvert les vannes à l'appropriation et à la dérégulation du champ des médias, la concurrence s'est faite avec des gens comme Bouygues ou Bolloré. Tout s'est peu à peu effiloché et des journaux comme l'Humanité ou Le Monde Diplomatique se retrouvent écrasés par ce système. La presse française souffre principalement de propriétaires et de hiérarchies réactionnaires », se désole Gilles Balbastre.

« Le sermons matinales à la gloire du marché ne connaît pas la frontières des ondes. Au sortir du lit, ou encore sous la couette, à l'écoute de France Inter, d'Europe 1, de RTL, de RMC, de France Culture, dès qu'il est question d'économie, l'auditeur à toujours droit à la même sonnerie de réveille. Depuis 15 ans, peu de choses ont changé : les chroniqueurs économiques partagent le même point de vue sur l'urgence des réformes (forcément) libérales, sur le rôle de l'État (forcément) trop gourmand, sur l'Allemagne (forcément) paradisiaque ou sur la mondialisation (forcément) heureuse. [...] Tous, éditorialistes appointés, experts cooptés, ont le beau jeu de prôner la rigueur permanente et de venter

aux auditeurs les bienfaits de la saignée austéritaire qu'on leur inflige. Quelles que soit leurs erreurs de jugement et d'analyse sans cesse réitérées, et surtout quelles que soit les conséquences sociales et politiques de leurs préconisations, ils continuent de jouir de la même immunité médiatique. Nous n'avons pas voté pour eux ! Au nom de la démocratie et de la liberté d'expression, ils devraient se taire pour qu'on puisse entendre une autre version de l'histoire économique », s'exclame Mathias Reymond d'Acrimed. Proposer une autre version de l'histoire économique, et plus largement une autre vision du monde, c'est le credo de ces médias alternatifs et indépendants. En ce sens, il n'est pas exagéré de dire que ces médias ont une véritable vocation de lutte, de résistance face à l'idéologie dominante que représente le capitalisme. Donner la parole à des voix dissonantes, mettre en avant des alternatives pour une transformation sociale, est aussi l'objectif de ces médias, alors que la pensée économique libérale et dominante est répétée en boucle dans tous les médias de masse<sup>37</sup>.



*La Décroissance, Siné Mensuel, Silence!, L'Âge de Faire, CQFD*: des exemples de titres de presse libre. (Crédit Photo : Nicolas Richen)

<sup>37</sup> HALIMI, Serge. « Lancinante petite musique des chroniques économiques ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/1999/12/HALIMI/3471> (consulté le 24.05.2015)

**Libre, pas libéral.** Cette réflexion sur les médias est intimement liée à une réflexion politique axée sur une véritable transformation sociale et progressiste. Dans un entretien à *l'Humanité*, Gilles Balbastre, ancien journaliste reporter d'images à France Télévisions l'affirmait sans ambages : « *Notre critique [des médias] est une critique de classe.* »<sup>38</sup> « *Il y a eu dérégulation du marché des médias et de la presse, comme il y a eu dérégulation du marché de l'éducation, de la santé, des transports... Depuis trente ans, le seuil de concentration des médias s'est élevé et, dans le même temps, les journalistes ont perdu leur statut de résistance et n'ont plus vraiment les moyens de s'opposer à leur hiérarchie.* »

**« *La pub ne s'intéresse pas à nous pour des raisons idéologiques. [...] Nous n'intéressons pas leur univers mental* » — Serge Halimi, directeur du *Monde Diplomatique***

« *L'équivalent de la ferme des mille vaches existe aussi dans le secteur des médias* », explique Gilles Balbastre, coréalisateur des *Nouveaux chiens de garde* et de plusieurs documentaires à vocation sociale. « *BFMTV, TF1, iTélé, RTL, Europe 1, France 2 sont en réalité des fermes de mille vaches, qui fabriquent de l'info imbouffable, dangereuse pour la santé de chacun et pour l'environnement démocratique de nos sociétés. De là à dire que les journalistes qui y travaillent sont de plus en plus des vaches hors-sol que leur employeur traite pour en tirer une information dégueulasse, il n'y a qu'un pas que je franchis allègrement. Au même titre qu'il est juste de lutter contre la malbouffe, il devient primordial de lutter contre la mal-info, de réclamer de l'info bio fabriquée par des journalistes élevés en plein air, entièrement nourris à l'investigation, sans trace de libéralisme, de publicité, de conservateurs, voire de conservatismes.* »

---

<sup>38</sup> D'ALLARD, Marion. Gilles Balbastre : « Notre critique est une critique de classe » In : *l'humanité.fr*. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.humanite.fr/medias/gilles-balbastre-%C2%AB-notre-critique-est-une-critique-de-classe-%C2%BB-487453> (consulté le 24.05.2015)

S'inspirant de l'AMAP (l'Association de Maintien d'une Agriculture Paysanne), le réalisateur Gilles Blabastre a décidé de fonder la première AMIP, l'Association pour le Maintien de l'Information Progressiste. Une association « *chargée de produire une information biologique, sans aucune trace de libéralisme ni de publicité, sans collusion ni connivence, fabriquée par des journalistes professionnels élevés en liberté, entièrement nourris à l'investigation, attentifs à la maturation complète de leurs enquêtes* ».

**Un tiers secteur.** En marge des secteurs privé et public, il existe un vaste tiers secteur des médias variés, de la « Presse Pas Pareille » (PPP)<sup>39</sup>; des radios, des télévisions, des titres écrits (papiers et sites Internet). Ils sont à but non lucratif, indépendants des pouvoirs publics, des puissances financières, des partis politiques, associatifs, coopératifs ou mutualistes, et se définissent de différentes manières : comme des médias démocratiques, alternatifs, participatifs, libres, solidaires et/ou citoyens. « *Ces médias du tiers secteur sont porteurs d'une même exigence de liberté d'expression, d'information et de création. [...] La diversité assumée de leurs objectifs, de leurs contenus, de leur fonctionnement, de leur mode et de leur zone de diffusion, de leurs approches du local et de la proximité en résonance avec le niveau planétaire, et de leur rapport à leur public, participe de la richesse même de ce tiers secteur des médias.*»<sup>40</sup> En 2014, huit ans après les Rencontres de Marseille des médias associatifs et indépendants et de l'appel qui s'en est suivi, le constat reste malheureusement inchangé : « *Alors que nous faisons vivre le pluralisme, que nous contribuons au débat démocratique, que nous sommes producteurs de richesse et de savoir, que nous faisons entendre d'autres voix et laissons entrevoir d'autres possibles, nous sommes réduits à être en permanence dans une logique de survie, obligés de tendre notre sébile, de faire la manche ou de renoncer à nous payer pour ce qui reste un métier : produire et diffuser de l'information* », écrivait la coordination nationale permanente des Médias Libres dans son appel du 14 juin 2014.

---

<sup>39</sup> Expression inventée par la rédaction du mensuel *le Ravi*.

<sup>40</sup> Cet appel formule de nombreuses revendications aux pouvoirs publics : « Appel des médias libres ». In : *leravi.org*. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.leravi.org/spip.php?article1811> (consulté le 24.05.2015)



**Fragilité économique.** La presse libre ne s’achète pas, elle se finance. Informer a un prix. L’illusion de la gratuité provoquée par les journaux gratuits et par Internet est un danger pour l’opinion publique. Car « *si c’est gratuit, c’est que vous êtes le produit* ». Cette formule se vérifie avec les « journaux » gratuits et les nombreux suppléments, qui carburent à la publicité et aux publi-reportages.

Comment s’affranchir des annonceurs et des actionnaires ? La question est épineuse. Comme *Le Monde Diplomatique*, des sites comme *Basta!*, *Reporterre* ou *Arrêt sur Images* et des journaux comme *Silence!*, *CQFD*, *Politis* ou *Siné Mensuel* vivent — survivent serait sans doute plus juste — en grande partie grâce à leurs abonnés, à des dons et à un bricolage financier. La publicité et les subventions sont marginales pour ces titres, la plupart n’attirent pas les annonceurs ou refusent la publicité (ou la tolèrent très peu) pour des raisons éditoriales et/ou idéologiques.

« *La pub ne s’intéresse pas à nous pour des raisons idéologiques. [...] Nous n’intéressons pas leur univers mental* », reconnaît Serge Halimi. « *La publicité abandonne de plus en*

*plus la presse écrite quel que soit le titre. Elle se déplace vers Internet, car les moteurs de recherche comme Google sont plus rentables étant donné qu'ils ciblent mieux les consommateurs »<sup>41</sup>, constate le directeur du *Monde Diplomatique*, auteur de l'essai *Les nouveaux chiens de garde*<sup>42</sup> qui fait écho à l'essai du communiste Paul Nizan<sup>43</sup>. Ce journaliste est favorable aux dons pour consulter des contenus journalistiques en ligne; « il faut expliquer aux internautes que cela n'est possible que s'ils font eux-mêmes des dons au journal. Nous avons aujourd'hui plus que 150 000 euros de recettes publicitaires, mais depuis quelques années, nous avons lancé des campagnes d'appel au don qui nous rapporteront cette année plus de 200 000 euros. Il faut expliquer sans relâche [au public] que l'information gratuite n'existe pas. C'est la même chose pour les documentaires et les travaux originaux: quand vous allez les voir sur Internet, cessez d'avoir cette mentalité vraiment insupportable qui consiste à dire "puisque c'est Internet, c'est gratuit". »*

**Mutualiser.** Soustraire les médias à l'emprise de l'argent et de l'État en créant un service mutualisé, c'est la proposition de Pierre Rimbert pour hisser l'information au rang de bien commun, au même titre que l'éducation ou la santé<sup>44</sup> : « Avec la montée en puissance du numérique et l'évaporation des ressources publicitaires, il devient difficile d'échapper à l'évidence : le véritable problème se pose non pas à l'échelle d'un titre en particulier mais à l'ensemble de la production d'information ; il ne provient pas d'une sous-capitalisation mais, précisément, des contraintes exercées par la capitalisation elle-même. [...] La persistance de ces aides publiques massives mais passives exprime la reconnaissance implicite d'une situation dérogatoire au droit commun des affaires : pas plus que l'éducation ou la santé, l'information de qualité ne saurait s'épanouir sous la férule de l'offre et de la demande. Détourné de l'intérêt général vers les conglomerats commerciaux, le modèle mixte expire. » Il formule trois propositions simples pour un changement profond du modèle économique des médias.

---

<sup>41</sup> RICHEN, Nicolas. « Combattre la pensée unique grâce à la presse libre » (1/2). In : Buzzles.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://buzzles.org/2014/07/18/combattre-la-pensee-unique-grace-a-la-presse-libre-12/> (consulté le 24.05.2015)  
RICHEN, Nicolas. « Combattre la pensée unique grâce à la presse libre » (2/2). In : Buzzles.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://buzzles.org/2014/07/26/combattre-la-pensee-unique-grace-a-la-presse-libre-22/> (consulté le 24.05.2015)

<sup>42</sup> HALIMI, Serge. *Les nouveaux chiens de garde*. Liber. 1997, 155 p.

<sup>43</sup> NIZAN, Paul. *Les chiens de garde*. Éléments. Agone, 2012 (première édition : 1932), 176 p.

<sup>44</sup> RIMBERT, Pierre. « Projet pour une presse libre ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2014/12/RIMBERT/51030> (consulté le 24.05.2015)

1 ▪ D'une part, il défend l'idée qu'il faut « *distinguer radicalement la presse d'information ayant vocation à alimenter le débat public de la presse récréative* » et rappelle que l'administration fiscale reconnaît d'ailleurs déjà implicitement cette distinction dans l'article 39 bis A du code des impôts.

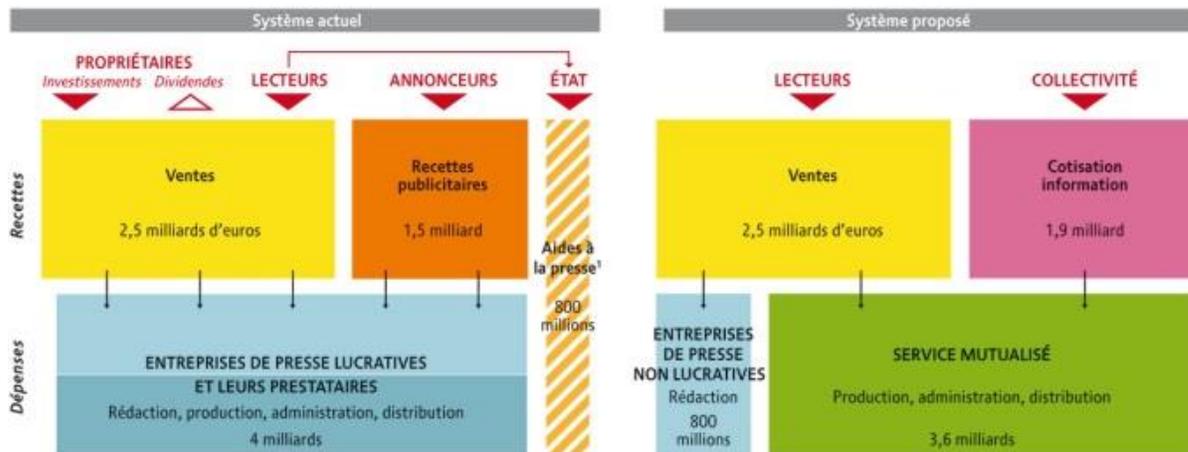
2 ▪ Pierre Rimbert propose ensuite de créer un Service Mutualisé d'infrastructures de production et de distribution de l'information, qui permettrait notamment à toutes les entreprises de presse d'intérêt général de bénéficier de « *services administratifs, comptables, juridiques, commerciaux, et opérerait une plate-forme commune d'abonnement, de paiement et de gestion de bases de données* ». Ce Service Mutualisé réduirait ainsi de manière significative la masse salariale des entreprises de presse qui se réduirait ainsi aux seuls journalistes.

3 ▪ Enfin, le troisième pilier de cette transformation aurait trait au financement du Service Mutualisé. D'après le schéma (voir ci-dessous), les recettes des ventes couvriraient les salaires des journalistes et une part des dépenses mutualisées. Comment remplacer les aides publiques qui seraient supprimées, et la publicité, abolie ? L'impôt, « *qui présente le risque de soumettre l'information à une tutelle trop directement politique* », n'est pas une solution, au même titre que la philanthropie<sup>45</sup> « *qui subordonne le sort de l'information à la générosité de quelques milliardaires* ». La solution serait plutôt de pouvoir compter sur une source pérenne totalement indépendante du marché et de l'État. Cela existe déjà avec la cotisation sociale. Le sociologue Bernard Friot plaide d'ailleurs pour étendre ce schéma à l'ensemble de l'économie. Pourquoi ne pas créer une cotisation information ? Pierre Rimbert estime que « *pour la collectivité, la différence avec le modèle en vigueur représente donc un surcoût de 300 millions d'euros. C'est le prix d'une information libre : moins d'un tiers de la rallonge budgétaire de 1 milliard d'euros accordée par le gouvernement à Dassault en janvier dernier pour moderniser le chasseur-bombardier Rafale...* »

---

<sup>45</sup> Une philanthropie dont dépendent, par exemple, la plate-forme d'enquête ProPublica et l'organisation First Look Media.

## Financement de la presse d'intérêt général



1. Le montant des aides à la presse, sous forme de moindres dépenses ou d'aides directes, s'élève à 1,6 milliard d'euros au total, dont la moitié va à la presse d'intérêt général. Cette catégorie regroupe les 510 titres nationaux et locaux d'information politique et générale.

Source : tableaux statistiques de la presse, chiffres définitifs 2012, direction générale des médias et des affaires culturelles, ministère de la culture et de la communication.

Schéma : *Le Monde Diplomatique*

La tâche la plus ardue sera de convaincre que la mise en place d'un tel dispositif serait appropriée au secteur des médias et que l'information est un bien commun au même titre que l'éducation, la santé ou la sécurité sociale. Cela passera inévitablement par un rapport de force politique.

**Lutter & éduquer.** Cette transformation des médias passe incontestablement par une réappropriation de ces enjeux par les citoyens et les syndicats, et par une profonde repolitisation de la question des médias. Et les responsables politiques de gauche doivent aussi se ressaisir de cette problématique dont ils se sont éloignés à tort. Aujourd'hui, un représentant syndical ne s'exprime plus dans les médias dominants en pensant que ce sont des ennemis de classe; il semble même avoir internalisé leurs règles du jeu — il subsiste quelques exceptions, comme l'intervention fracassante de Xavier Mathieu, qui, face à David Pujadas, a refusé de se mettre à genoux. Jean-Luc Mélenchon est un des rares politiques à porter un discours critique des médias dominants sans que celui-ci soit abouti. Quant à François Bayrou, pourtant peu connu pour sa critique du capitalisme, il a au moins eu le mérite d'interpeller les Français quant à l'emprise des puissances d'argent sur les médias et de mettre Claire Chazal sur la défensive, et ce, en direct durant le journal télévisé le plus regardé — celui de *TF1*.

« Tous ceux qui avaient la simplicité d'attendre leurs paroles commencent à se révolter, ou à rire », écrivait Paul Nizan. Pour Gilles Balbastre, coréalisateur des *Nouveaux chiens de garde*, une première étape d'éducation populaire, de sensibilisation aux médias, commence à porter ses premiers fruits : « À la sortie de nos projections, la majorité des gens ont la pêche. L'envie de dire : "Ce sont des bouffons." "Finalement, ils nous ont volé l'espace public", a dit une magistrate après avoir vu le film. C'est exactement ça. Nous aussi, citoyens, nous avons des choses à dire, nous aussi nous sommes des experts. Ça donne envie de se révolter. C'est un phénomène qui, à des degrés divers, existe ou a existé aussi en Tunisie, en Égypte ou en Russie. Il faut repolitiser le débat sur les médias, c'est la seule solution. Il faut que des cadres soient mis en place, que des lois soient votées. Il faut se réunir. »<sup>46</sup>

### ▪ 3 | le Ravi, un objet médiatique non-identifié



Cette ultime partie va mettre en lumière un titre papier qui bataille depuis 12 ans pour faire vivre la « Presse Pas Pareille » en Provence-Alpes Côte d'Azur : *le Ravi*, un mensuel

<sup>46</sup> D'ALLARD, Marion. Gilles Balbastre : « Notre critique est une critique de classe In : l'humanité.fr. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.humanite.fr/medias/gilles-balbastre-%C2%AB-notre-critique-est-une-critique-de-classe-%C2%BB-487453> (consulté le 24.05.2015)

d'enquête et de satire. C'est un « OMNI » (objet médiatique non-identifié), selon son rédacteur en chef, Michel Gairaud. *le Ravi* vit sous perfusion depuis sa création : sa rédaction est idéalement placée pour savoir quel est le prix de l'indépendance éditoriale : elle doit travailler avec une incertitude presque permanente quant à l'avenir du titre. La liberté de ton est un combat.

### 3.1 Colmater en permanence les brèches financières

**Autonomie & survie.** Le mode de financement du *Ravi*. Le journal est édité par une association coopérative et démocratique, La Tchatche. Chaque adhérent a le droit de vote en Assemblée générale annuelle. *le Ravi* survit en grande partie grâce à son fidèle noyau d'abonnés — un noyau qui s'élargit au fil des ans mais qui reste très limité, quelques centaines seulement — et aux donateurs. Soutenir ce type de presse est acte militant pour défendre la pluralité de la presse et un média au ton grinçant et libre. Aujourd'hui, le journal est tiré à environ 5 000 exemplaires; il comptabilise quelque 1 300 abonnés et 50 000 visiteurs gratuits (par mois) sur son site.



## le Ravi en cessation de paiement

#### Qu'est-ce qui se passe ?

La Tchatche, l'association qui édite depuis 11 ans *le Ravi*, mensuel d'enquête et de satire en Provence-Alpes-Côte d'Azur, a déposé le bilan mardi 18 novembre devant le tribunal de commerce de Marseille.

#### Pourquoi ?

Trois phénomènes : crise de la presse (moins de 2 000 exemplaires vendus par mois en dix ans d'existence, mais 50 000 lecteurs gratuits sur le web), pari interne de consolider l'emploi après la fin des contrats aidés, baisse de certaines aides publiques aux associations (- 44 % pour le conseil régional Paca, - 90 % au conseil général 13).

*le Ravi* a tenté et réussi à diversifier ses ressources : hausse du lectorat (+ 50 % en kiosques, + 20 % en abonnements), diversification de ses ressources publiques (Union européenne pour une étude sur la « presse pas pareille », État pour des actions d'éducation populaire, hausses des financements via des fondations privées (+ 30 %)).

Mais, au mois d'octobre, quatre projets tombés à l'eau et/ou retardés ont achevé la trésorerie toujours très tendue de l'association.

*le Ravi* a déjà connu des trous d'airs financiers. Et même un gros, pas plus tard que l'an dernier. Jusqu'à présent, il les a tous surmontés. Mais là, c'est différent. Le déficit à combler est deux fois plus important que tout ce que nous avons connu, près de 60 000 euros.

#### La suite ?

Une audience est prévue mardi 25 novembre, au Tribunal de grande instance de Marseille à 14 heures, pour décider d'une période d'observation. L'équipe du *Ravi* et le bureau de *la Tchatche* veulent poursuivre l'aventure et ont demandé un redressement judiciaire.

La masse salariale étant le principal poste de dépense de l'association, *la Tchatche* va devoir réduire son personnel. Durant cette période, l'équipe de salariés du journal pourrait passer de 7 personnes (5,5 équivalents temps plein) à 2 salariés à temps plein. Le journal papier va être allégé afin de permettre à l'équipe et aux bénévoles de dégager le temps nécessaire pour mobiliser plus de lecteurs et trouver de nouvelles ressources.

Bref, ce temps sera employé à réinventer *le Ravi*, aussi bien sur le plan éditorial qu'économique. Objectif : un retour en fanfare en septembre 2015.

En ce moment, l'équipe se mobilise pour éditer un numéro en décembre. Mais à tout moment, la situation peut se bloquer et nous pouvons être obligés de liquider le journal.

Pour survivre et pour renaître, *le Ravi* a besoin de la mobilisation de ses bénévoles, de ses lecteurs, de l'État, des collectivités locales, de ses partenaires privés et, au-delà, de tous ceux qui veulent une presse locale indépendante. En 2013, près d'un millier de personnes s'était rassemblé à Marseille, à l'initiative du *Ravi*, de *Mediapart* et de *Marsactu*, pour refuser le monopole de Bernard Tapie sur les médias du Sud. Nous croyons toujours qu'une presse « pas pareille » est indispensable.

Contact presse : Michel Gairaud au 06 16 99 13 49





Un lecteur en plus,  
c'est un  
**actionnaire**  
en moins !



« La presse indépendante ou pas pareille ne bénéficie d'aucun statut, d'aucune aide; les pouvoirs publics s'en fichent. Quand on les a sollicités, on n'a même pas eu un retour », me disait en 2014 Sébastien Boistel, journaliste au *Ravi*. Actuellement en période de redressement judiciaire, le journal aura besoin d'atteindre la barre des 5 100 abonnés d'ici la fin de l'année pour pouvoir continuer l'aventure... avant de faire face une prochaine et énième crise. Indépendant du pouvoir financier et politique, le journal est par contre dépendant de ses lecteurs et de ses abonnés.

Le journal ouvre rarement ses colonnes à la publicité et la sélectionne de façon très ciblée pour garder une totale liberté sur le plan rédactionnel. « *Au Ravi, on pense qu'il est difficile d'exercer le métier de journaliste de manière complètement libre. C'est pour cela que nous avons notre propre organe de presse* », précise Sébastien Boistel. Il met en évidence un paradoxe : les aides à la presse font l'inverse de ce qu'était initialement leur mission. « *En 1945, elles avaient été mises en place pour libérer la presse des puissances d'argent. Au fil des décennies, avec la concentration de la presse et le réinvestissement de grands groupes papivores du type d'Hersant, les aides vont principalement à ceux qui n'en n'ont pas besoin et qui sont dans des logiques de renforcement de groupes, où la presse n'est qu'un habillage pour vendre de la publicité.* » La fragilité de son modèle économique engendre une précarité de ses salariés. De plus l'association dépend aussi de l'implication de ses bénévoles pour la diffusion et la promotion du journal.

### 3.2 Une liberté décapante



La ligne éditoriale du journal est empreinte d'irrévérence, c'est même sa marque de fabrique. C'est un titre qui dérange et qui a une liberté totale pour enquêter sur les pouvoirs économique et politique, ce qui lui permet d'assumer son rôle de contre-pouvoir. « *Maréchal nous-voilà !* », tel était le titre de la une du numéro 108 du *Ravi* (voir ci-contre). Quel autre journal pourrait se permettre une telle impertinence ? « *Des journalistes de La Provence ont sûrement déjà dû faire la blague ou la faire dans une brève. Mais ils ne la mettront jamais en une* », rigolait un journaliste du mensuel pas pareil lors d'une conférence de rédaction.

La liberté de ton (à travers les dessins, les caricatures et le ton impertinent des articles) implique le fait d'assumer des relations tendues, notamment avec certains politiques qui n'apprécient pas le ton du journal ou sa ligne éditoriale. C'est le cas de Marion Maréchal Le Pen qui n'accorde aucun entretien au *Ravi*, tout comme le maire de Marseille, Jean-Claude Gaudin ou les responsables syndicaux à *La Marseillaise* qui n'ont pas apprécié un papier concernant leur titre. Le journal a même été placé sur « *liste rouge* » par Marion Maréchal Le Pen dans le Vaucluse... Le 18 octobre 2014, « *Clément Chassot, journaliste au mensuel le Ravi, s'est vu interdire l'accès d'une conférence de presse de Marion Maréchal Le Pen. La députée et patronne de la fédération FN du Vaucluse y faisait sa « rentrée politique* ». *Le journaliste du Ravi figurait sur une liste rouge et a été éconduit, fermement mais sans heurts [...]* Nous rappelons solennellement qu'il n'appartient pas,

Fort heureusement, lorsqu'on demandera à Tanguy Vernay, le patron à Carpentras du collectif « Nouvelle Ecologie », la branche « verte » du FN (4), s'il compte s'investir dans Alternatiba, il nous répondra : « *Je ne sais pas ce que c'est, j'en ai entendu parler mais je vais regarder. Vous savez, on est pas mal occupé...* » Pourtant, des fous solaires, ça devrait intéresser, au FN !

*dans notre République, aux formations politiques de trier les journalistes participants à leurs conférences de presse ou à leurs réunions publiques. »<sup>48</sup>*

Il s'agit d'un acte discriminatoire s'opposant aux libertés fondamentales, celle d'informer et celle de s'exprimer librement. Une atteinte à la liberté de la presse ouvertement assumée par le Front National au vu notamment des déclarations de Lydia Schénardi<sup>49</sup>,

ancienne eurodéputé FN, conseillère municipale à Menton et responsable FN dans les Alpes-Maritimes : « *Plutôt que d'avoir de mauvaises retombées dans la presse, pour certains journalistes nous préférons qu'ils s'en aillent ou qu'ils n'enregistrent pas nos propos.* » La raison invoquée ? « *C'est le côté mensonger et la déformation des propos que nous avons réprouvés [...] C'étaient des journalistes qu'on connaissait et qui avaient été franchement malhonnêtes dans la manière dont ils avaient rapporté des événements<sup>50</sup>...* »

En clair, si les choix éditoriaux d'un média ou les opinions qu'il émet ne correspondent pas au FN, le parti se réserve la possibilité de refuser l'accès d'un journaliste à une réunion publique. La petite pique du *Ravi* dans le numéro de juin 2015 (voir ci-contre) a dû ravire

la parti présidé par Marine Le Pen...



Des journalistes de *Radio Galère*, et de *Mediapart*, certainement eux aussi trop curieux ou trop vritiques vis-à-vis du FN, ont subi les foudres de la direction frontiste.

<sup>48</sup> Le communiqué du journal est disponible à cette adresse : <http://www.leravi.org/spip.php?article1883>

<sup>49</sup> Se référer au « *Ravi de plâtre* » qui lui est consacré, annexe 6.

<sup>50</sup> La rédaction du *Ravi* nie en bloc avoir déformé des propos.

**Le droit de savoir.** Au-delà de la liberté de ton, *le Ravi*, comme *Mediapart* et d'autres journaux d'enquêtes, dérange les différents pouvoirs en raison de sa liberté pour enquêter. *le Ravi* défend le fameux principe du « droit de savoir » du grand public prôné par Edwy Plenel. « *Une démocratie qui se satisfait de cette situation, préférant le silence au bruit, l'immobilité au désordre, sera imprévoyante et inconsciente. Refusant de penser contre elle-même, en regardant de face ce qui la contredit ou la réfute, elle ne saura se renforcer et s'élever, en apprenant de ses impasses, erreurs ou échecs.* »<sup>51</sup>

Le directeur de rédaction de *Mediapart* se demande pourquoi le journaliste qui fait des révélations après un travail d'enquête rigoureux est aujourd'hui pointé du doigt, considéré presque comme un imposteur. Est-ce le signe d'une démocratie vidée de sa substance, d'institutions poussiéreuses et d'un journalisme lisse, mou, consensuel ? « *D'où vient cette paresse démocratique particulièrement française qui s'accommode de désigner à la vindicte populaire le journaliste aux informations dérangeantes plutôt que de s'empresse de prendre celles-ci en compte et au sérieux ? Comment pouvons-nous accepter qu'un journaliste ayant révélé au grand jour de graves faits d'intérêt général, jusqu'alors inconnus du public, soit obligé d'assumer un bras de fer solitaire avec les intérêts qu'il affronte, sans que la démocratie, ses élus et ses juges, ceux qui font la loi et ceux qui veillent à son respect, ne s'en empare spontanément ?* » Cela est en effet un étrange paradoxe pour la presse qui remet en question, qui assume son rôle, finalement.

Les médias qui n'appartiennent pas à de grands groupes de presse, appartenant eux-mêmes à des hommes d'affaires ou à une banque, bénéficient d'une liberté d'enquête totale. Et cet atout est devenu presque un luxe aujourd'hui au vu du bien pâle paysage médiatique français. Défendre la transparence, faire des révélations d'intérêt public<sup>52</sup> : deux éléments qui apportent de la vitalité démocratique à un moment où l'opacité, la communication, les relations publiques et l'intérêt du public prennent le pas sur le journalisme d'enquête.

---

<sup>51</sup> PLENEL, Edwy. *Le droit de savoir*. Don Quichotte, 2013, 167 p.

<sup>52</sup> Il est essentiel de rappeler la distinction entre « l'intérêt public » et « l'intérêt du public ». L'information d'intérêt public (ce qui devrait intéresser le public), c'est l'information au service du public, du lecteur en tant que citoyen acteur de la société civile et de la démocratie. L'information d'intérêt du public (ce qui intéresse le public), c'est considérer l'information comme un produit et le public comme simple un consommateur et un être passif. Cette dernière notion est empreinte de populisme car elle privilégie un traitement médiatique axé sur le vedettariat, le spectaculaire, le futile, le surprenant, le sport, le sexe, etc.

**Ralentir.** Cette dimension liée à l'enquête est indissociable de la notion de temps dans une rédaction. Certes, comme dans toutes les rédactions, la notion d'urgence est visible, notamment lors des bouclages. Mais la périodicité du *Ravi*, qui propose 11 numéros par an, permet à ses journalistes de faire un travail de recherche, d'enquêtes, d'analyse, bref un travail de fond et un travail au long court — bien que cela reste relatif, même pour un mensuel. Les articles du journal provençal excèdent parfois les 10 000 signes. De quoi scandaliser les rédactions de *Metronews* et de *20 Minutes* ! Car il est vrai que le temps pour les médias est malheureusement aussi devenu un luxe. À sa manière, *le Ravi* lutte contre l'instantanéité, l'information *fast-food* et la logique qui pousse de plus en plus à privilégier la forme au fond, le futile à l'essentiel, la vitesse à la qualité. Et cette logique de productivité à tout prix s'imprègne dans plus en plus de rédaction. Même *Le Monde*, considéré comme un journal sérieux, qui privilégie souvent les formats relativement longs est pris dans l'engrenage. Il n'y a qu'à regarder la longueur des articles qui commence progressivement à fondre comme neige au soleil depuis quelques années. Et que dire de la promesse d'être informé en 2 lignes avec les nouvelles alertes et applications mobiles ?

Faire vite et donc mal, tel est le message martelé dans les écoles de journalisme : « *Tant pis si c'est de la merde. C'est peut-être un peu excessif, mais l'idée est là* », lâchait un responsable de la première année au Centre de Formation des Journalistes (CFJ), cité par François Ruffin dans *Les petits soldats du journalisme*.

C'est toute une conception de l'information à faire revivre. Il s'agit de convaincre le plus grand nombre que faire l'information prend du temps, comme prendre le temps de s'informer.



dossier aux difficultés de logement (n°120, juillet-août 2014). Elle a invité un groupe d'habitants de la cité La Visite, au nord de Marseille, à travailler sur cette problématique pour réaliser un supplément de 8 pages. Ce projet a été réalisé grâce en partenariat avec la fondation Abbé Pierre, la fondation Berger-Levrault et le centre socio-culturel Del Rio.

Pour le numéro 96, la rédaction avait réalisé un atelier baptisé « *Et si j'étais président...* ». Dans ce supplément, les habitants ont eu l'occasion de relayer leurs propositions

Une manière pour ce journal d'être vecteur de lien social et de donner la parole à ceux qui ne l'ont pas ou peu dans les médias de masse. C'est aussi une manière de considérer les citoyens comme des acteurs, des participants et non pas des spectateurs. Une forme de journalisme qui participe pleinement au redynamisme d'une démocratie qui n'en est plus une pour beaucoup de concitoyens.



*le Ravi et la Tchatche*, l'association qui édite le mensuel, diversifient leurs activités. Après avoir fait leurs premières interventions dans le cadre de la Semaine de la presse à l'école, ils proposent de multiples actions éducatives dans les collèges et les lycées<sup>54</sup>. Les

<sup>54</sup> Pour en savoir plus sur les ateliers scolaires : <http://www.leravi.org/spip.php?article1643>

journalistes du mensuel satirique interviennent régulièrement dans les écoles pour animer des ateliers de sensibilisation à la presse.<sup>55</sup> L'objectif est d'apprendre à aiguiser l'esprit critique pour l'émancipation du citoyen et de proposer une initiation à l'analyse des médias. En somme : d'amener les jeunes à déconstruire l'information qu'ils consultent quotidiennement. Ils travaillent avec les élèves sur différentes thématiques : « *La presse, outil de citoyenneté ?* », « *Une chaîne de l'information* », « *La satire, ou l'information par le rire* », « *Le financement et l'indépendance de la presse* » ou « *La découverte d'un métier : journaliste et/ou dessinateur de presse* ». Ces ateliers ont des objectifs précis et se déroulent sur plusieurs séances. Le but des journalistes professionnels est notamment d'apporter aux élèves « *une meilleure compréhension du fonctionnement d'un journal indépendant, une meilleure lecture de l'information et une nouvelle approche du dessin* ». L'intérêt de ses ateliers se justifie d'autant plus dans la mesure où la presse satirique et indépendante défendue par le mensuel régional est peu connue notamment dans le milieu scolaire.

## **CONCLUSION**

Comme nous l'avons vu, les médias ne sont pas des acteurs neutres comme ils le prétendent parfois. Formuler une critique des médias de masse influencée par une remise en question du capitalisme est essentiel, mais il s'agit de l'articuler autour de propositions concrètes et de construire dans un même temps d'autres médias. Qualifier ces derniers d'alternatifs est sans doute un peu exagéré dans la mesure où ils ne constituent pas réellement une alternative aux médias de masse au vu de leur faible lectorat. Un travail d'éducation populaire, de sensibilisation aux médias est en marche depuis une dizaine d'années. Désormais, l'enjeu est d'élargir ce message pour qu'il ne se cantonne pas aux traditionnels cercles militants et associatifs. Il faut faire comprendre au public, et notamment aux classes populaires, que les crises politique, institutionnelle et démocratique actuelles s'inscrivent également dans une crise médiatique. Chaque citoyen doit faire revivre une démocratie en berne, créer de nouveaux espaces de liberté (des espaces

---

<sup>55</sup> Des activités éducatives soutenues notamment par l'État à travers grâce à la DRJSCS (la Direction Régionale de la Jeunesse des Sports et de la Cohésion Sociale) via le fonds de développement de la vie associative et son programme de soutien aux projets innovants et par le CUCS Marseille (dont un soutien de la Région PACA, service solidarités).

d'échanges, et des médias étudiants, communautaires, syndicaux, militants, associatifs, indépendants...) et participer à cette profonde refondation des médias. Nous avons les armes<sup>56</sup> et nous ne devons pas nous résigner et accepter les règles de cette presse aux ordres et anti-populaire !

Pourquoi le peuple écoute si bien la voix de son « maître » (les médias dominants et commerciaux) qui parle si mal des classes populaires ? Pourquoi les « dominés » ne consultent pas davantage *l'Humanité*, *Le Monde Diplomatique* ou *CQFD* ? Pour Vincent Goulet<sup>57</sup>, sociologue des médias, l'explication selon laquelle le public boirait la propagande du capital et serait détourné des questions essentielles, est insuffisante. Pour lui, ceux qui sont « *au bas de l'échelle* » consultent principalement les médias commerciaux pour « *alléger au moins symboliquement les effets de la domination qu'ils subissent au quotidien, en exprimant par exemple leur indignation face aux injustices, par des "coups de gueule" envers les "gros" et les "élites", ou encore en composant avec les aléas d'une existence soumise à la précarité à travers les faits divers* ». Les gens du commun regardent donc surtout *TF1* ou lisent *Le Parisien* pour répondre à des besoins psychologiques et sociaux, alors que les médias indépendants et alternatifs ont l'ambition de la complexité : dévoiler les mécanismes de domination et de proposer une analyse critique et argumentée.

À quoi ressembleraient des médias dans une société vraiment démocratique ? Ils ne dépendraient ni de l'État si du secteur privé : leur forme, leur contenu découleraient de la participation citoyenne. Il est important de rappeler que dans les États-Unis étaient un vivier de médias démocratiques dans les années 1950<sup>58</sup>. À l'époque, il existait 800 journaux ouvriers dont le lectorat atteignait de 20 à 30 millions de personnes. Ceux qui les concevaient tenter de résister face à la presse commerciale qui « *pest[ait] contre les*

---

<sup>56</sup> BALBASTRE, Gilles. *Nous avons les armes*. (Bande-annonce) In : Vimeo. [En ligne]. Disponible sur : <https://vimeo.com/98440797#at=586> (consulté le 24.05.2015)  
<https://vimeo.com/98439349#at=0> (consulté le 24.05.2015)

<sup>57</sup> GOULET, Vincent. *Médias : le peuple n'est pas condamné à TF1*. Textuel. Petite encyclopédique critique, 2015, 142 p.

<sup>58</sup> CHOMSKY, Noam. *Le bien commun*. Écosociété, 2013, 190 p.

*travailleurs à la moindre occasion » et « chant[ait] les louanges de la grande entreprise » dans le but de la sacraliser aux yeux de la population.*

Je terminerai en laissant la parole à Noam Chomsky, anarcho-syndicaliste, universitaire, linguiste et reconnu mondialement pour ses analyses sur les médias<sup>59</sup> : *« La première chose qu'il faut faire, c'est prendre soin de notre cerveau. La deuxième est de vous extraire de tout système [d'endoctrinement]. Il vient alors un moment où ça devient un réflexe de lire la première page du L.A. Times en y recensant les mensonges et les distorsions, un réflexe de replacer tout cela dans une sorte de cadre rationnel. Pour y arriver, vous devez encore reconnaître que l'État, les corporations, les médias et ainsi de suite vous considèrent comme un ennemi : vous devez donc apprendre à vous défendre. Si nous avions un vrai système d'éducation on y donnerait des cours d'autodéfense intellectuelle. »*

---

<sup>59</sup> ACHBAR, Marck. WINTONICK, Peter. *Manufacturing Consent* (basé sur *La fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie* de Noam Chomsky et Edward Herman). Zeigeist Video, 1992, 167 min., coul.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **Ouvrages**

ACCARDO, Alain. ABOU, Georges. BALBASTRE, Gilles. DABITCH, Christophe. PUERTO, Annick. *Journalistes précaires, journalistes du quotidien*. Éléments. Agone, 2007. 895 p. (Chapitre : « Pour une socioanalyse des pratiques journalistiques »)

BAILLARGEON, Normand. *Petit cours d'autodéfense intellectuelle*. Instinct de liberté. Lux, 2006. 338 p.

BAILLARGEON, Normand. *Les chiens ont soif*. Instinct de liberté. Lux, 2010. 302 p.

BERNAYS, Edward. *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*. Lux, 2008, 130 p.

CHOMSKY, Noam. *Un monde complètement surréel*. Instinct de liberté. Lux, 2004, 83 p.

Collectif Mauvaise Troupe. *Constellations. Trajectoires révolutionnaires du jeune 21<sup>e</sup> siècle*. L'Éclat, 2014. 703 p.

KEMPF, Hervé. *L'oligarchie ça suffit, vive la démocratie !* Points Essais. Points, 2013, 182 p.

NIZAN, Paul. *Les chiens de garde*. Éléments. Agone, 2012, 176 p.

PLENEL, Edwy. *Le droit de savoir*. Don Quichotte, 2013, 167 p.

PLPL & Acrimed. *Informers sur l'information. Petit manuel de l'observateur critique des médias*. 2004. 22 p.

REYMOND, Mathias & RZEPSKI, Grégory (pour Acrimed). *Tous les médias sont-ils de droite ?* Éditions Syllepse, 2008. 135 p.

RUELLAN, Denis. *Nous, journalistes. Déontologie et identité*. Communications Médias Sociétés. Presses universitaires de Grenoble, 2011. 252 p. (chapitre : « Une défiance opportune : 1995-2010 »).

RUFFIN, François. *Les petits soldats du journalisme*. Les Arènes, 2003. 271 p.

### **Articles**

ACRIMED. *Médiacritique(s), le magazine trimestriel d'Acrimed*. « Médias et classes populaires ». Avril-mai-juin 2015, n°28, pp. 19-30.

D'ALLARD, Marion. Gilles Balbastre : « Notre critique est une critique de classe In : l'humanité.fr. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.humanite.fr/medias/gilles-balbastre-%C2%AB-notre-critique-est-une-critique-de-classe-%C2%BB-487453> (consulté le 24.05.2015)

« Appel des médias libres ». In : leravi.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.leravi.org/spip.php?article1811> (consulté le 24.05.2015)

BERTHAUT, Jérôme. « Une privatisation rampante ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2013/09/BERTHAUT/49616> (consulté le 24.05.2015)

BERTHAUT, Jérôme. « Tintin en banlieue, ou la fabrique de l'information » In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2013/09/BERTHAUT/49593> (consulté le 24.05.2015)

ÉQUIPE CQFD. « Moudre et fourbir ». In : cqfd-journal.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://cqfd-journal.org/Moudre-et-fourbir> (consulté le 24.05.2015)

Fontenelle, Sébastien. « Aides à la presse, un scandale qui dure ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2014/11/FONTENELLE/50945> (consulté le 24.05.2015)

Fontenelle, Sébastien. « Presse sous perf' » In : cqfd-journal.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://cqfd-journal.org/Presse-sous-perf> (consulté le 24.05.2015)

GARRIGOU, Alain. « Oligopoles médiatiques, monopole idéologique ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://blog.mondediplo.net/2014-06-13-Oligopoles-mediatiques-monopole-ideologique> (consulté le 24.05.2015)

HALIMI, Serge. « Notre pari, l'émancipation ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2014/10/HALIMI/50841> (consulté le 24.05.2015)

HALIMI, Serge. « Nous ne sommes pas des robots » In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. <http://www.monde-diplomatique.fr/2013/10/HALIMI/49703> (consulté le 24.05.2015)

KEMPF, Hervé. « Adieu *Le Monde*, vive *Reporterre* ». [En ligne]. Disponible sur : <http://www.reporterre.net/Adieu-Le-Monde-vive-Reporterre> (consulté le 24.05.2015)

LAFARGE, Géraud & MARCHETTI, Dominique. « Les portes fermées du journalisme. L'espace social des étudiants des formations reconnues ». *Actes de recherche en sciences sociales*. Le Seuil, 2011-4, n°189, pp.72 - 99.

MALIET, François. « La virginité virtuelle d'Edwy Plenel ». In : cqfd-journal.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://cqfd-journal.org/La-virginite-virtuelle-d-Edwy> (consulté le 24.05.2015)

MALIET, François. « À la niche, les journalistes ! » In : cqfd-journal.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://cqfd-journal.org/A-la-niche-les-journalistes> (consulté le 24.05.2015)

MERNET, Daniel. « Rapprocher le micro de la fenêtre ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2014/05/MERMET/50418> (consulté le 24.05.2015)

RICHEN, Nicolas. « Combattre la pensée unique grâce à la presse libre » (1/2). In : Buzzles.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://buzzles.org/2014/07/18/combattre-la-pensee-unique-grace-a-la-presse-libre-12/> (consulté le 24.05.2015)

RICHEN, Nicolas. « Combattre la pensée unique grâce à la presse libre » (2/2). In : Buzzles.org. [En ligne]. Disponible sur : <http://buzzles.org/2014/07/26/combattre-la-pensee-unique-grace-a-la-presse-libre-22/> (consulté le 24.05.2015)

RIMBERT, Pierre. « Projet pour une presse libre ». In : site du Monde Diplomatique. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/2014/12/RIMBERT/51030> (consulté le 24.05.2015)

### **Films/vidéos**

ACHBAR, Marck. WINTONICK, Peter. *Manufacturing Consent* (basé sur *La fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie* de Noam Chomsky et Edward Herman). Zeigeist Video, 1992, 167 min., coul.

BALBASTRE, Gilles & KERGOAT, Yannick. *Les nouveaux chiens de garde*. JEM Productions. 2012, 104 min., coul.

BALBASTRE, Gilles. *Nous avons les armes*. (Bande-annonce) In : Vimeo. [En ligne]. Disponible sur : <https://vimeo.com/98440797#at=586> (consulté le 24.05.2015)  
<https://vimeo.com/98439349#at=0> (consulté le 24.05.2015)

BALBASTRE, Gilles. *Cas d'école*. (Bande-annonce) In : Vimeo. [En ligne]. Disponible sur : <https://vimeo.com/98439351> (consulté le 24.05.2015)

BALBASTRE, Gilles. « Lisier médiatique ». In : Vimeo. [En ligne]. Disponible sur : <https://vimeo.com/user29226791/videos> (consulté le 24.05.2015)

CARLES, Pierre. *Pas vu pas pris*. Listen Productions. 1998, 90 min., coul.

CARLES, Pierre. *La sociologie est un sport de combat*. C-P Production. 2001, 146 min., coul.

CARLES, Pierre. *Enfin pris ?* C-P Productions. 2002. 93 min., coul.

CARLES, Pierre. *Fin de concession*. C-P Productions. 2010. 128 min., coul.

CARLES, Pierre. BRYGO, Julien, FAURE, Nina. VAN OPSTAL, Aurore. *DSK, Hollande, etc.* 2012. 83 min, coul.

SOLITUDES.FR. « Les médias alternatifs et internet » (Interview Pierre Carles). In : YouTube. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=3gnptMPUJ4w> (consulté le 24.05.2015)

# ANNEXES

(1)

LeRavi - Octobre 2014 n°122 5

## Quand le travail rend pauvre

**Intérim, temps partiel, CDD : de plus en plus de personnes ayant une activité professionnelle sont sur le fil. Ce sont les travailleurs pauvres.**

« Je ne peux rien prévoir, car je ne sais pas où je vais travailler la semaine prochaine. Je peux gagner 300 euros en une semaine et ne plus travailler durant les deux ou trois semaines suivantes. Là, tu sais que tu vas vivre dans le noir le prochain mois », témoigne Yacine, travailleur pauvre dans les Alpes-de-Haute-Provence, qui vit seul dans 9 mètres carrés. Il cumule les intérimés et les emplois à temps partiel depuis 3 ans.

### L'Etat se défausse

En 2011, le dispositif régional d'observation sociale chiffrait le nombre de travailleurs pauvres de moins de 65 ans en Paca à 119 000 personnes (360 000 si on considère l'ensemble du foyer). Une augmentation constante de cet indice depuis 2008, dans une région parmi les plus pauvres de l'Hexagone. Avec le

Yacine est à la fois combatif et résigné : « Ça dépend où je bosse et dans quelles conditions. » Après quelques années durant lesquelles il avait « une meilleure vie sociale », il était dans une situation moins critique et pouvait même soutenir financièrement ses sœurs, sa situation s'est dégradée. « [Aujourd'hui], je ne peux pas demander une aide financière à mes proches qui ne sont pas loin d'être dans mon cas. J'ai peur de déséquilibrer leur situation financière. » Des organismes de charité l'aident à colmater quelques brèches à court terme, « mais je ne peux compter que sur moi, car je ne peux pas aller voir toutes les semaines. Ils ne sont pas faits pour ça. »

« François Chérèque, qui a fait un état des lieux de la pauvreté pour le gouvernement, s'est étonné que les travailleurs pauvres ne fassent pas valoir leur droit au RSA Activité, s'interroge Claire

associations, s'indigne Claire Mossa. Il y a de moins en moins de lieux d'écoute en France. » Et Norbert Mouïren, lui aussi salarié au Secours Catholique, de poursuivre : « On dit souvent à un pauvre qu'on va essayer de lui donner à manger, qu'on va peut-être lui trouver un toit voire un emploi, mais on ne lui demande jamais ce qu'il pense. "Mange et tais-toi..." C'est un manque de respect de la dignité de la personne. »

### Les syndicats peinent

Après avoir payé les frais incompressibles, constate Claire Mossa, « il ne reste pas grand-chose à un travailleur pauvre. Souvent, ces personnes n'arrivent pas à faire des économies : quand un accident de la vie survient, elles ne peuvent pas y faire face. Elles sont sur la ligne rouge ; tout peut basculer très rapidement. » Dans les familles monoparentales, comme celle d'Agnès qui

Au moins, maintenant, tu ne viendras plus te plaindre de "perdre ta vie à la gague"!



plusieurs spécificités aux travailleurs pauvres en Paca : « Ce sont surtout des salariés dans le secteur du commerce et des services. Les femmes travaillant à mi-temps ou à temps très partiel

est parfois préventif mais pas curatif. En plus d'apporter à moindre coût une image sociale aux entreprises, ça dédouane l'Etat de ses responsabilités », se désole Gérard Rey qui, avec

des contrats à durée déterminée, des temps partiels ou de l'intérim, l'emploi est de moins en moins un garde-fou contre la précarité et la pauvreté. La notion de travailleur pauvre demeure nouvelle et assez floue. Pour plusieurs chercheurs, c'est une personne qui a un emploi au moins une partie de l'année et qui appartient à un ménage dont le niveau de vie est inférieur au seuil de pauvreté (977 euros).

« L'Etat délègue ce travail aux associations, au réseau de solidarité pour le Secours Catholique à Château-Arnoux-Saint-Auban (04). Est-ce un manque d'information ou le fait que ces gens ne veulent pas vivre de l'assistance de l'Etat ? » Le Secours Catholique accompagne de plus en plus de travailleurs pauvres. L'objectif ? Les écouter, les aider à faire valoir leurs droits et leur donner un coup de pouce matériel pour éviter de sombrer. « L'Etat délègue ce travail aux

associations, les dépenses pour les loisirs, l'habillement, l'alimentation et la santé sont directement impactées par cette précarité. « Sans les aides de l'Etat, j'aurais encore plus de mal à m'en sortir, avoue la mère de famille, à la recherche d'un emploi depuis juin dernier. Je garde espoir et envoie des CV tous les jours. On a survécu depuis 4 ans avec un salaire de 700 euros. » Gérard Rey, secrétaire CGT des Alpes-Maritimes, attribue

« sont principalement concernées. » Il estime que les syndicats sont « un peu impuissants face à cette problématique. Ils s'appuient sur des salariés moins précaires. C'est difficile d'aller à la rencontre des salariés à durée très courte ou qui changent souvent de lieu de travail. Ces personnes veulent juste travailler et survivre. » La Fédération des services de la CFDT privilégie la mise en place de fonds d'action sociale. « Cela

la CGT, préfère valoriser la coopération avec les associations et les collectivités locales. Et de conclure : « La déréglementation du marché du travail et un socle législatif insuffisant, notamment pour payer les pensions alimentaires, expliquent aussi ce phénomène. Il y a un fort déséquilibre entre ceux qui vendent le travail et ceux qui vendent leur force de travail. »

Nicolas Richen

## J'AI TESTÉ POUR VOUS

Par Sébastien Bostel

### Le vélo à Marseille

La bagnole, c'est bien connu, « ça pue, ça pollue et ça rend con ». Le vélo, lui, au moins, préserve la couche d'ozone. Grâce à la RTM et à ses horaires à géométrie variable, j'ai décidé de renouer avec la petite reine, cet engin de torture qu'est une bicyclette. Faut être maso pour aimer le vélo et suicidaire pour en faire à Marseille. Encore faut-il, qui plus est, en avoir un. C'est là que j'ai découvert les promoteurs des « modes de transport doux (sic) ». A « Vélo utile », Robert, le Jésus du triporteur, m'a cédé à vil prix un vieux biclou : trois vitesses, un seul plateau, lourd comme un âne mort. Idéal pour tortiller du croquignol et suer comme un porc avant de s'écrouler au sommet du boulevard Chave en ayant l'impression de s'être fait le Ventoux.

Alors, après avoir perdu une pédale sur le Vieux Port et tâché du litaine au détour d'un rail de tram mal négocié, j'ai décidé de troquer mon antiquité pour un vieux vélo de course chiné dans un vide-grenier. Trente euros, des roues aussi étroites que l'esprit d'un frontiste, des vitesses à ne plus savoir qu'en faire... Mais je n'allais pas tarder à regretter

ce truc. Car, en allant à la friche, je n'avais pas simplement crevé un pneu...

Le pneu à plat et le minot sur le porte-bagage, ne sachant à quel saint me vouer, je suis retourné voir Jésus. Lui, les voies du scepteur étant impénétrables, il venait de mettre la clé sous la porte. Et m'encore peiné quand je lui demandais, malgré tout, quelque assistance. Alors je suis allé à « Vélo en ville ». Or, si Jésus, il faisait tout à ta place, avec « Vélo en ville », c'est « aide-toi, le ciel t'aidera ». Autogestion, piège à c... ?

J'étais pourtant venu en paix, avec un siège-bébé en guise d'offrande, avouant autant mon désir d'apprendre que mon incompetence. Et lui, pour apprendre, j'ai appris ! Lâché dans le grand bain sans bouée ni assistance, après avoir tripatouillé trois heures durant à me coller du cambouis jusque derrière les oreilles, à démonter l'axe, à paumer les billes, on m'annonce que « la roue, elle est petite. On peut rien faire, on n'en a pas. Quand on en a, on les garde pour les vélos qu'on révisse. Euh, non, tu peux pas laisser ton vélo ici. Tu comprends, si tout le monde faisait pareil... De toute manière,

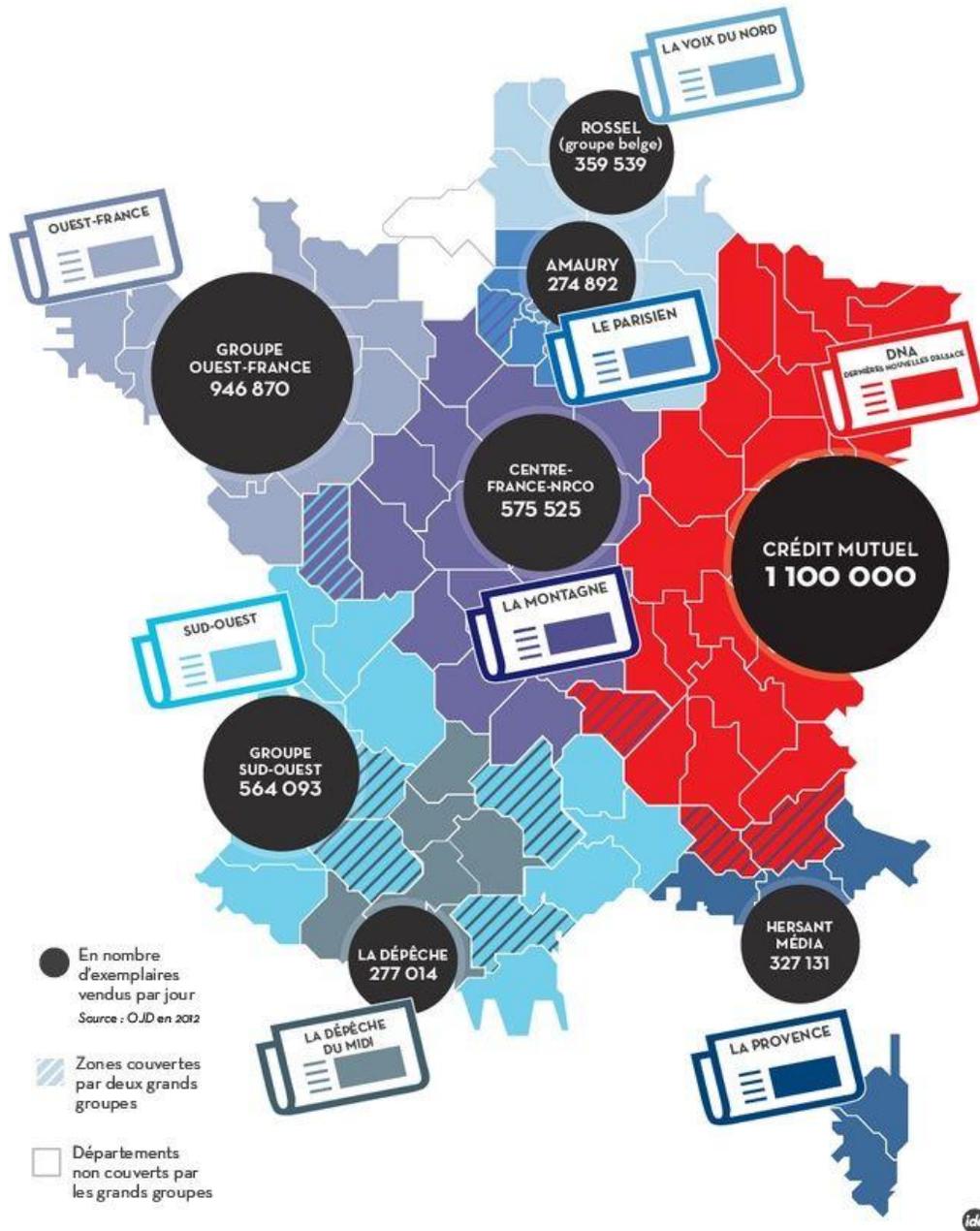
faut pas rester là parce que nous, on va faire la vélorution ! »

Une roue sous le bras, le vélo dans le dos, je repars, joyeux adhérent d'une association prompte à m'inviter à un « pot de bienvenue » des nouveaux mais incapable de mettre de côté une roue pour ses membres : « Tu te rends compte, si on met des roues de côté et que les gens viennent pas les chercher ! », s'émeut-on. Et une adhérente, la bouche en cœur, de me dire : « Si tu veux que les choses changent, viens et investis-toi ! »

Ah, le fameux changement de l'intérieur... N'ayant pas de temps à perdre pour ce que ni est qu'un outil censé en faire gagner (du temps) et lire à l'échec du collectivisme illimité, j'ai opté pour l'individualisme forcené. J'ai récupéré le VTT de mon père qui prenait la poussière dans sa cave et demandé au docteur Youcéf d'y jeter un coup d'œil. Il a récupéré mon vieux cadavre de vélo de course, il a révisé mon VTT et depuis... ça roule !



(3)



Source : libération.fr/OJD, chiffres : 2012

(4)

Les aides directes aux titres de presse pendant la période 2009-2011<sup>378 379</sup>

Titre de presse	Montant des aides directes par exemplaire diffusé (moyenne sur la période 2009-2011) - En centimes	Montant annuel de aides directes (moyenne sur la période 2009-2011) - En €
HUMANITE (L)	48	6 761 434
CROIX (LA)	32	9 988 388
TELERAMA	29	9 411 822
NOUVEL OBSERVATEUR (LE)	29	7 800 161
LIBERATION	27	9 908 617
PELERIN	24	2 849 399
EXPRESS (L')	23	6 232 242
CHALLENGES - LE NEWS DE L'ECONOMIE	22	2 384 145
POINT (LE)	20	4 501 245
MONDE (LE)	19	18 465 277
FIGARO (LE)	17	17 217 154
ELLE	16	3 413 233
AUJOURD'HUI EN FRANCE	15	9 331 562
ECHOS (LES)	15	4 513 559
PARIS MATCH	14	5 151 418
TELECABLE SATELLITE HEBDO	10	3 390 880
TELE 7 JOURS	10	7 279 547
NOUVELLE REPUBLIQUE DU CENTRE OUEST (LA)	9	5 645 242
TELE LOISIRS	8	4 390 415
TELE STAR	7	4 451 357
DEPECHE DU MIDI (LA)	7	5 014 820
NICE-MATIN	7	2 727 088
DERNIERES NOUVELLES D'ALSACE (LES)	7	4 035 733
TELE POCHE	7	1 881 812
OUEST FRANCE	6	15 784 440
SUD OUEST	6	6 260 812
VOIX DU NORD (LA)	6	5 445 430
PROVENCE (LA)	6	2 783 573
FEMME ACTUELLE	6	2 749 581
EST REPUBLICAIN (L')	5	2 999 986
COURRIER DE L'OUEST	5	1 853 381
DAUPHINE LIBERE (LE)	5	4 464 330
TELEGRAMME	5	3 555 598
PROGRES (LE)	5	3 868 585
MONTAGNE (LA)	5	3 216 097
TELE Z	4	3 669 232
MIDI LIBRE	4	2 247 553
PARISIEN (LE)	4	3 681 247
PETIT QUOTIDIEN (LE)	ND	3 800 067
MON QUOTIDIEN	ND	3 139 538

Source : Cour des comptes

## (5) Charte mondiale des médias libres

Tunis, mars 2015

le 10/04/2015

En mars à Tunis, quelques jours après l'attentat du Bardo, *le Ravi* a participé au Forum mondial des médias libres... Nous publions ci-dessous la "Charte mondiale des médias libres" issue de cette rencontre.



Nous, communicant(e)s et activistes, engagé(e)s dans de multiples pratiques de communication émancipatrices à travers différentes régions du monde, librement réuni(e)s en mars 2015 à Tunis, à l'occasion du 4e Forum mondial des médias libres, organisé dans le cadre du Forum social mondial 2015,

Adoptons la présente Charte mondiale des médias libres, comme le résultat de notre réflexion collective initiée en 2013, et comme l'expression de notre parole de résistance et d'engagement en faveur d'une communication juste et émancipatrice, en prise avec les évolutions du monde et de notre Humanité.

Nous sommes des femmes et des hommes communicant(e)s, activistes, journalistes, hackers, médias communautaires, médias associatifs ou libres, mouvements sociaux ou organisations populaires.

Nous sommes blogueuses et blogueurs, producteurs/trices audiovisuel(le)s, développeurs de technologie libre, associations, réseaux, syndicats, écoles de formation des journalistes, centres de recherche sur l'information et la communication, ou ONG de soutien pour l'accès à l'information et à la communication.

Nous sommes des individus et des collectifs, professionnels, amateurs, passionnés, participant à la démocratisation de la communication depuis le niveau local jusqu'au niveau global, affirmant que cette démocratisation et que le droit à communiquer pour toutes et pour tous sont une condition essentielle pour la construction d'un monde juste et durable.

Depuis le début des mouvements de lutte altermondialistes, nous avons travaillé main dans la main pour créer un espace d'expression pour les mouvements sociaux. Le Forum social mondial (FSM), qui comprend les forums thématiques et régionaux organisés dans le monde entier depuis 2001, fonctionne comme un espace de convergence et de coopération relayées par les médias libres. Notre réseau d'activistes est apparu au sein de cette dynamique et s'est transformé en un mouvement structuré en faveur de la liberté d'expression et de la lutte pour une autre forme de communication. Nous continuerons à coopérer avec d'autres mouvements, contribuerons à faire de la communication une question politique portée par tous, en vue de transformer le système mondial de communication.

Nous pratiquons de nouvelles formes de communication humaine, interculturelles, horizontales, non-violentes, ouvertes, décentralisées, transparentes, inclusives et partagées, à travers des outils et des formes d'expression multiples (radio, télévision, audiovisuel, presse, Internet, etc.), en expérimentant de nouveaux modes d'organisation et de production de l'information. Nos sources de financement, lorsqu'elles existent, ne conditionnent pas notre mode de communication et nos projets éditoriaux.

Nous sommes conscients que le terme de « médias libres » renvoie à des interprétations différentes dans nos diverses réalités linguistiques et culturelles. Nous l'avons choisi avant tout pour nous rassembler autour de pratiques communes fondées sur la recherche de

l'autonomie vis-à-vis des logiques commerciales ou étatiques, sur la lutte contre toute forme de domination et sur la volonté de garantir des espaces d'expression ouverts. Nous souhaitons construire des modèles économiques solidaires et durables.

Le dialogue de nos diversités nous a appris à mieux connaître nos forces, nos contradictions, notre éthique commune, nos sensibilités, nos pratiques et notre volonté de lutte et d'indépendance. Les rencontres organisées depuis 2013 nous ont permis d'élaborer des principes d'action et un horizon stratégique communs. Cette Charte marque autant l'aboutissement du processus qu'un nouveau point de départ pour poursuivre la construction d'un mouvement émancipateur des acteurs de l'information, de la communication et de leurs technologies.

Nous avons besoin plus que jamais d'une communication contre-hégémonique, plurielle et engagée.

Nous constatons que la production de connaissances et la diffusion des informations par les médias hégémoniques sont subordonnées aux pouvoirs politiques et économiques. Les médias commerciaux reproduisent un système de valeurs et de compréhension du monde en décalage croissant avec les besoins réels des sociétés et exclue des groupes sociaux déjà marginalisés. Durant les vingt dernières années, avec la concentration des médias et le développement transnational des réseaux de télécommunications dans toutes les régions du monde, le pouvoir des acteurs traditionnels de la communication s'est amplifié. Les grands médias sont devenus des vecteurs hégémoniques de construction du sens, des subjectivités et de l'opinion publique. Ils installent une logique de marchandisation de la culture et du langage et peuvent devenir des facteurs de déstabilisation dans différentes régions du monde.

Plus profondément encore, nous percevons que les modes de communication des médias hégémoniques contribuent à exacerber les problèmes que le monde traverse actuellement sur le plan culturel et politique. Ils homogénéisent et monopolisent là où il faudrait valoriser la diversité, favoriser la participation, la collaboration pour une co-construction des connaissances et de la compréhension du monde. Ils s'organisent autour de

l'événementiel, de l'intérêt particulier et de la valeur commerciale, là où il faudrait comprendre les processus sociaux dans leur temporalité et leur profondeur, promouvoir l'intérêt général et la valeur sociale.

Nous bâtissons une communication inclusive, plurielle et transformatrice Face à ce système hégémonique de communication, les activistes de la communication et les acteurs de la société civile ont recouru historiquement et continuent à recourir à des médias libres dans leur combat pour la démocratie réelle et la justice sociale. Ces médias font parler d'autres voix et s'opposent à l'hégémonie des discours en utilisant des canaux non commerciaux et non gouvernementaux (telles que les radios communautaires, les chaînes de télévision indépendantes, les journaux, les blogs et les réseaux sociaux, la musique, l'art de rue, etc.).

Avec le saut en avant des nouvelles technologies de l'information et de la communication, principalement Internet, nous vivons ces dernières années l'émergence de nouvelles potentialités de partage et de diffusion des connaissances dans quasiment tous les pays du monde. Les groupes de plus en plus nombreux défendant les médias libres et leur interconnexion croissante renforcent notre désir et notre capacité à travailler ensemble au-delà des frontières et des formes d'expression médiatique.

Nous constatons que la société civile s'approprie ces nouvelles technologies pour créer notamment des radios et télévisions indépendantes sur Internet, des blogs, des réseaux sociaux, des plate-formes de partage de fichiers audio et vidéo, des journaux et des magazines numériques. Les techno-activistes développent des logiciels libres et des interfaces web, véritables alternatives aux logiciels et aux services commerciaux.

Nous affirmons des principes communs pour guider notre action et promouvoir les médias libres dans nos sociétés

Reconnaissant les déclarations internationales, les chartes et les textes de référence concernant la communication, dont l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme (1948) concernant la liberté d'expression, ainsi que les différentes déclarations

des mouvements sociaux sur la droit à la communication adoptées lors des forums sociaux mondiaux,

**1.** Nous affirmons que la liberté d'expression pour toutes et tous, le droit à l'information et à la communication et l'accès libre à la connaissance sont des droits humains fondamentaux. Le droit à communiquer procède d'abord de notre Humanité et de notre aptitude à faire communauté. Les femmes et les hommes ont toujours cherché des façons d'informer de manière libre et indépendante, quelle que soit la situation de domination historique que les groupes dominants ont exercé sur les moyens d'information dans nos sociétés.

**2.** Nous affirmons que démocratiser l'information et la communication est une condition fondamentale pour la participation et l'exercice de la démocratie. La redistribution de la parole, la communication et notre action en tant que médias libres ne doivent pas être limitées à des questions techniques ou instrumentales. Fondamentales aussi bien pour nos mouvements que pour l'ensemble de la société, elles sont avant tout une question politique.

**3.** Nous affirmons que l'information et la communication sont essentielles aux mobilisations et aux luttes pour le respect des droits humains.

**4.** Nous affirmons que l'information et les canaux de communication sont des biens communs. Leur usage et leur gestion doivent être fondés sur la recherche de l'intérêt général et de la pluralité, en ayant pour priorité d'encourager la participation populaire. Cela implique de sortir des schémas issus de l'idéologie de marché et de reconnaître de nouveaux secteurs de la communication au-delà des secteurs privé et public.

Nous assumons pleinement notre rôle de médias libres en affirmant nos particularités et nos responsabilités

L'action des médias libres se fonde sur la recherche d'indépendance vis-à-vis du contrôle exercé par l'État, les pouvoirs économiques, politiques, idéologiques, religieux et les grands groupes de communication. Nous nous démarquons des logiques de profit et de marché qui caractérisent les médias hégémoniques. Nous voulons être solidaires des

transitions sociales, économiques, écologiques et démocratiques à l'œuvre dans différentes régions du monde. Nos luttes constituent un apport essentiel pour les droits humains et les luttes contre la colonisation, l'occupation, le patriarcat, le sexisme, le racisme, contre le néolibéralisme et toutes les formes d'oppression et de fondamentalisme. Nous nous mobilisons contre les violences sur Internet et dans les médias, et notamment contre les violences fondées sur le genre et vis-à-vis des minorités sexuelles.

Nos modes de communication privilégient la valorisation de la diversité des expressions et des compréhensions du monde, la tolérance, la distribution de la parole et du pouvoir. Nous promovons la participation sociale, la coopération et le partage de l'information dans les différents médias et par les producteurs d'information. Nous luttons contre tous les discours de haine, d'intolérance et de violence.

Nous mettons en avant d'autres manières de vivre, d'autres représentations du monde et nous encourageons de nouvelles formes de participation et d'engagement politique. Les médias libres visent à former les femmes et les hommes à un usage et une lecture critiques des médias, dans une perspective d'éducation populaire.

Nous assumons le devoir de contribuer au rééquilibrage des flux d'informations entre tous les pays du monde, et au sein des pays eux-mêmes, en créant des espaces publics démocratiques qui incarnent une éthique de l'information respectueuse de la vie privée.

Nous savons combien il est important de respecter les cultures, les mémoires, les histoires et les identités des peuples. Notre action permet de faire entendre à travers la société les intérêts, les voix et les actions de peuples autochtones, de minorités discriminées et de groupes sociaux opprimés à cause de leur religion, de leur identité, de leur orientation sexuelle, de leur classe, de leur situation d'handicap, de leur ethnie ou de leur langue.

Les contenus que nous véhiculons mettent en valeur la diversité des imaginaires, des identités et des expressions culturelles, en opposition au renforcement des normes esthétiques et des comportements genrés imposés aux peuples. Nous ne donnerons d'espace à aucune forme de discrimination ou d'oppression de genre, ni d'une quelconque minorité, dans le monde.

Dans un contexte de convergence, nos médias libres travaillent pour la souveraineté technologique. Ils refusent la marchandisation des identités numériques et promeuvent le partage des connaissances à travers l'usage de licences libres et des standards ouverts.

Nous revendiquons une transformation des systèmes de communication et nous nous engageons à :

- 1.** Affirmer le droit à la communication comme un droit fondamental.
- 2.** Défendre Internet comme un bien commun.
- 3.** Développer des cadres de régulation démocratiques par la mise en place d'organes/agences indépendant(e)s, notamment contre l'hyper-concentration des médias.
- 4.** Appuyer et inciter au développement des médias communautaires et associatifs, en réservant et en attribuant des fréquences dédiées au secteur social.
- 5.** Renforcer l'indépendance des services publics de diffusion (ou médias publics) vis-à-vis des gouvernements et des marchés.
- 6.** Encourager l'utilisation des langues et dialectes au sein des divers espaces d'expression médiatique, en portant une attention particulière aux langues minoritaires.
- 7.** Revendiquer la mise en place de politiques publiques visant à renforcer les médias libres, leur qualité et leur durabilité.
- 8.** Refuser le monopole des infrastructures d'Internet, l'accaparement des données par des corporations, la surveillance du cyberspace.
- 9.** Mettre en place une gouvernance démocratique d'Internet incluant la garantie de neutralité du réseau, le droit à la vie privée et la liberté d'expression sur les réseaux.
- 10.** Faciliter l'accès aux technologies libres et ouvertes.
- 11.** Universaliser l'accès aux moyens de communication et à Internet à large bande.
- 12.** Lutter contre la criminalisation des militants et des organisations qui mettent en place des médias libres.
- 13.** Protéger les journalistes et tous les acteurs de la communication soumis à des violences, des persécutions ou à l'exploitation.
- 14.** Mobiliser et créer des liens entre différents médias en relation avec les mouvements sociaux, notamment dans le cadre du processus du Forum social mondial.

Nous appelons à la mobilisation et à l'articulation d'actions liées à cette charte :

- ▶ Utiliser la Charte pour construire des plaidoyers en faveur des médias libres, au niveau national, régional et international.
- Concevoir la charte comme un outil pédagogique et d'apprentissage, en organisant notamment des débats et des forums de discussion sur les médias et Internet libres.
- Construire des partenariats avec d'autres secteurs sociaux et acteurs internationaux pour la promotion et la défense des principes énoncés ci-dessus.
- Réaliser une cartographie des médias libres, afin de permettre différentes initiatives de partage d'informations et d'expériences, sur le principe de libre participation et dans le respect du droit à l'anonymat.
- Décliner la Charte pour générer des instruments, des outils ou mécanismes au niveau thématique ou régional.
- Promouvoir les principes de la Charte au sein des médias libres dans chaque région du monde et à l'occasion d'événements internationaux intergouvernementaux ou émanant de la société civile.

Nous, médias libres, sommes conscients de notre force et du rôle crucial que nous avons à jouer et nous engageons, ici et maintenant, à lutter pour les principes et les engagements énoncés ci-dessus, jusqu'à ce qu'ils deviennent réalité.

Source : <http://www.leravi.org/spip.php?article2030>

## (6) Lydia Schenardi (FN) revendique la censure des "journalistes malhonnêtes"

Le Ravi de plâtre

le 13/11/2014

La conseillère régionale des Alpes-Maritimes, conseillère municipale de Menton, responsable départementale du FN « 06 » et ex-députée européenne (vive le cumul des mandats chez les notables du pseudo parti « anti-système » !), a une conception très particulière de la liberté de la presse. Après *Mediapart* le 6 septembre à Fréjus (83), après *Radio Galère* le 8 octobre à Marseille, cela a été au tour du *Ravi* (lire aussi page 10), le 18 octobre au Pontet (84), de se voir interdire par le FN l'accès à une réunion publique ouverte à la presse.



Interrogée par les étudiants de l'IUT de Cannes (06), le 24 octobre, Lydia Schenardi assume ouvertement cet acte de censure :  
« Plutôt que d'avoir de mauvaises retombées dans la presse, pour certains journalistes nous préférons qu'ils s'en aillent ou qu'ils n'enregistrent pas nos propos. » Motif ? « C'est le côté mensonger et la déformation des propos que nous avons réprouvés (...) C'était des journalistes qu'on connaissait et qui avaient été franchement malhonnêtes dans la manière dont ils avaient rapporté des événements... »

Le FN a le droit, bien entendu, de porter plainte si nos enquêtes sont « mensongères ». S'il ne le fait pas, c'est que la solidité de nos investigations ne lui permet pas d'acter en justice. Et comme *le Ravi*, *Mediapart*, et *Radio Galère* l'ont rappelé dans un communiqué ([pour le lire c'est par ici...](#)), paraphé par quatre des clubs de la presse de la Région, « *il n'appartient*

*pas, dans notre République, aux formations politiques de trier les journalistes participant à leurs conférences de presse ou à leurs réunions publiques ». Il s'agit même d'un acte discriminatoire s'opposant à l'une des libertés fondamentales, celle d'informer.*

**Michel Gairaud**

Source : <http://www.leravi.org/spip.php?article1899>

**Contact entreprise :**

Michel Gairaud, rédacteur en chef

06 19 99 13 49

[redaction@leravi.org](mailto:redaction@leravi.org)

