

Résumé du premier syllabus d'info sociale

Attention: résumé que je pense être complet mais à mon sens... Y'a pas d'exemples par exemple parce que je les juge pas nécessaires donc c'est p-e mieux de retourner au syllabus pour des trucs que vous comprenez pas...

Pouvoir des médias, fragilité du journalisme

Si le journalisme est tant l'objet de discussions, c'est que les citoyens et spécialistes lui attribuent des pouvoirs considérables.

4 pièges à déjouer: -la dénonciation outrancière (théorie du complot: fantasme sur les liaisons coupables entre la presse et l'élite) et la critique réductrice, le dérapage (manquements déontologiques sous le coup de l'urgence ou de l'émotion collective).

-la critique en chambre: évaluation qui porte sur les seuls produits de l'information en ignorant les conditions de production (accusations d'incompétence ou d'irresponsabilité).

-l'unicité du point de vue indépendamment des interactions que l'objet d'étude entretient avec les acteurs extérieurs.

-la confusion entre pouvoir et influence.

-le renvoi de la critique des médias contemporains à un mythique âge d'or (qui n'a en fait jamais existé).

L'info remplit une fonction de connexion-partage d'un savoir. Elle est socialisante. Nécessité d'être relié au monde. L'essentiel de notre perception de la réalité est aujourd'hui filtré par les médias. Le pouvoir des médias est fragile: course à l'audience, pression de l'actu événementielle, augmentation progressive des contraintes pour le journaliste.

Contraintes à l'origine de la malinfo: logique du scoop, manque de temps et de distance, focalisation sur certains événements au détriment de pans entiers de l'info qui se voient occultés, obsession des révélations au nom du droit du public de tout savoir, simplification à outrance et clichés médiatiques, spectacularisation et dramatisation de la réalité, mimétisme dû à la concurrence entre les médias.

Le journalisme n'a jamais eu autant de prestige, et pourtant il est sérieusement remis en cause.

Poids social de l'information, enjeux de démocratie

Presse=démocratie (voir pays dictatoriaux: pas d'info fiable). Véhicule d'idées et d'infos nécessaires à la compréhension par le plus grand nombre des enjeux qui touchent la société (possibilité de prendre part dans des débats). Cependant, Wolton annonce le basculement de l'idéal de l'info et du journalisme à la montée des périls et des contradictions, et ce à cause d'un triple changement, d'une triple victoire (politique, économique et technologique). Le problème c'est la difficulté de gestion de ces 3 victoires, et la difficulté à ne pas en abuser.

L'affaiblissement de l'idéal démocratique du journalisme peut s'expliquer par:

-l'évolution de la structure de propriété économique dans les médias et les conditions de fabrication de l'info dans un contexte de concurrence aigüe.

Idéal démocratique vs logique de marché: l'info a une valeur symbolique et une valeur économique. Il ne faut pas diaboliser cette dernière, même si elle a considérablement pris le dessus depuis le dernier quart du 20e siècle. C'est grâce aux moyens financiers dont elle disposa que la presse a su s'émanciper de la tutelle des gouvernants. Aujourd'hui, dans un système de compétition généralisé, la montée en puissance de l'audiovisuel (libéralisation des ondes ect) bouleverse les contenants et

contenus de l'info. Le paysage médiatique est devenu la propriété de multinationales plus soucieuses de la rentabilité que de la qualité de l'info. Les rédactions sont de plus en plus confrontées aux impératifs de marketing (cfr. TF1 et Coca).

En clair, une info exigeante coûte du temps et de l'argent et n'attire que peu de public, contrairement à une info spectacle pour faire de l'audience, qui coûte bien moins et qui rameute énormément de public. L'info, à l'échelle mondiale, s'homogénéise. Les domaines et rubriques sont limités. On peut se demander si la prise de contrôle sur les entreprises de presse par les grands groupes mondiaux ne cacherait pas la volonté de ceux-ci de mettre la main sur un des principaux leviers de command idéologique de la société mondiale de l'information.

Les journalistes ne sont pas soumis aux ordres des actionnaires. Ils possèdent potentiellement un pouvoir d'organisation, de contestation et de résistance. Mais les manifestations sont limitées et souvent de l'ordre du coup de gueule plutôt que de la grande manif générale. Les journalistes n'adhèrent pas aux logiques commerciales du système mais y contribuent quand même, souvent sans s'en rendre compte. Il y a un rapport de convergence non voulu entre les structures macro-éco externes des médias et les initiatives microsociales individuelles des journalistes dans leur pratique quotidienne (satisfaction personnelle du journaliste: c'est moi qui ai eu l'intw du président!). Transfiguration donc de la macro-logique de concurrence éco en micro-logique de performance individuelle dans la course à l'info. Les journalistes assument la rationalité structurelle du marché et en jouent le jeu à leur échelle. Les directeurs de rédaction sont d'ailleurs de plus en plus les erviteurs du message traduisant les impératifs éco (un sujet mal ficelé aujourd'hui vaut mieux qu'un bon sujet demain ». Ces deux composantes sont inextricables. Ce constat, de prime abord accablant est en fait porteur d'espoir car il montre qu'il y a une certaine marge de manoeuvre possible pour les individus au sein du système.

-le développement des technologies au service du toujours plus vite toujours plus pour toujours plus de public

Paradoxe: hier la victoire sur la rareté de l'info était un pas en avant vers la démocratie. Aujourd'hui le bombardement infirmatif ne constitue en rien une avancée démocratique. Ne se pose plus la question de la conquête de l'info mais bien celle de son sens. Avec internet, c'est le règne de la « fast-news », de la malinfo. Le flot d'info permanent empêche de percevoir l'info manquante qui permettrait de comprendre les enjeux d'une situation d'actualité donnée. Les progrès technologiques font que le journaliste doit travailler plus vite. Le ressort économique de ces progrès marque aussi le tempo du travail journalistique. Le temps de réflexion et d'analyse disparaît. On voit alors apparaître une info dramatisée, spectaculaire (le journaliste s'en sort en dramatisant les faits qu'il n'a pas le temps d'analyser). Mais une info en direct n'est pas plus authentique!

A ces progrès technologiques se greffe l'élargissement du champ de l'info à un niveau plus global et la complexité du monde. Les différents domaines de l'actu s'entremêlent. L'approche événementielle de l'info est aussi renforcée par les avancées technologiques. L'info semble être une série d'incidents, de drames, qui surgissent de nulle part. Idéalement, l'événement doit être la partie visible de l'iceberg, le journaliste devant ensuite s'intéresser au pourquoi. Il n'en n'est plus rien. Conséquences: réduction de la part des sujets plus complexes dans l'info, constructions de représentations de la réalité sociale erronées, évaporation de la fonction de pédagogue du quotidien du journaliste.

-le déficit de sens de l'info événementielle (effroi et fascination)

Le flot d'images et la dramatisation dont elles font preuve sont source d'angoisse chez le spectateur, qui en plus ne comprend pas ce qu'on lui donne à manger. Les téléspectateurs avouent se sentir gavés à la fin d'un JT. Ce défilé sans cohérence d'infos apparaît être le fruit du destin, la fatalité. Ceci rend le spectateur apathique, il s'éloigne de la réalité plus qu'il s'en rapproche. Le peur de devenir à son tour victime se fait sentir. Effet de prostration démobilisateur et, paradoxe, fascination.

Mais le public angoissé se désangoisse justement en se tenant au courant de l'info: il est aux aguets,

en éveil, vigilant. Il y a une névrose de la maîtrise. Les éditeurs voient que cette info là marche donc ils en remettent une couche. Effet de spirale. Mais ok on est informés, mais bien à mal de développer les infos qu'on a reçues...

-l'absence de tout contrôle démocratique des moyens de communication de masse.

L'info crée aujourd'hui notre production symbolique. Il y a un contrôle social (comme avant certes mais qui a pris une autre voie): l'enseignement plus long, les formations professionnelles, les programmes télé ingurgités à fortes doses ect règlent nos modes de perceptions de la société. Les individus bénéficient de plus de liberté de choix mais celle-ci est contrainte par tous les efforts mis en oeuvre pour contrôler ces choix. Le danger qui rôde est celui de la pensée unique. Mais ce genre de mise en garde est tournée en ridicule par le public car on tend à la caricaturer (théorie du complot) et parce qu'elle se heurte à l'idée que nous avons d'être tous uniques et différents. L'ignorance du citoyen par rapport à ceci pose un réel problème de démocratie.

L'emprise de la télévision

La télé est bien souvent une des seules fenêtres de nombreuses personnes sur le monde. Certains diront qu'elle est un des derniers éléments de cohésion sociale, d'autres que c'est une arme lourde qui modèle les esprits.

L'info de référence est aujourd'hui celle produite par la télé. Les autres supports s'y alignent bien souvent. La presse écrite a beaucoup pâti de l'apparition de la télé. Elle essaye de se mettre à son niveau avec les moyens dont elle dispose (plus de photos ect). L'image est devenue l'élément central dans l'info. Un fait important dont on n'a que peu d'images sera traité rapidement pour laisser place à un fait secondaire dont on dispose d'images. Ceci est valable aussi pour les autres médias. L'image télé s'adresse à l'émotion plus qu'à l'intellect, ce qui permet à la télé d'informer autant que de captiver. La presse écrite pour ne pas paraître à la traîne s'efforce d'adopter le style télé: nouvelles courtes, faciles à comprendre, marquantes.

Les différents pouvoirs s'adaptent au pouvoir médiatique, car s'ils exercent une certaine influence sans, il faut bien admettre que la télé leur confère une publicité non négligeable. C'est pourquoi par exemple les politiques s'auto-censurent pour pouvoir s'adapter à la télé (suppression des longs discours, ect). Le pouvoir de consécration médiatique est énorme: on a vu apparaître des personnalités médiatiques qui ont connu leur succès de par leur médiatisation plutôt que par la reconnaissance de leurs pairs.

Mais attention, il faut éviter de voir une mythologie de l'omnipotence médiatique, tous les espaces sociaux ne présentent pas le même degré de perméabilité à l'influence de la visibilité médiatique.

Pouvoir de substitution de la télé: la télé prend place dans les vides qu'elle trouve. Elle pense et agit dès lors comme la nouvelle représentante de la souveraineté publique, mais sans vrais moyens, sans règles. Le concept de télé-démocratie est une utopie: la télé ne pourra pas résoudre les problèmes que les institutions démocratiques traditionnelles ne peuvent pas régler. De plus, tout le monde ne peut pas venir s'exprimer de manière égale à la télé. La télé est devenue aujourd'hui le premier des miroirs sociaux par lesquels les individus se positionnent par rapport aux autres (la télé remplace les cafés, les parcs, ect).

Paradoxe de cette situation: la télé prétend occuper une fonction de médiation sociale alors qu'elle ne remplit plus son rôle de médiation journalistique.

Malentendu aussi: la télé donne l'illusion qu'elle peut tout faire.

La fonction d'agenda: un pouvoir partagé

La fonction d'agenda contribue à rendre les enjeux visibles comme des références privilégiées à

travaers lesquelles l'opinion publique va lire l'état du monde et le comportement des acteurs. Pouvoir de consécration des médias: ce qui n'est pas montré n'a pas d'importance ou n'est pas réel. Mythe de transparence. Or, l'actualité offre un panel incroyablement large d'infos qui pourraient former des centaines de sommaires différents. L'info est hiérarchisée, donc il y a déjà (bien que les journalistes s'en défendent) un certain parti-pris. Les journalistes ont bien conscience de leur pouvoir, celui du monopole du contrôle de l'accès à l'expression publique. Ils se disent gardiens de l'espace public médiatisé mais en fait la contribution à la constitution de cet espace s'est transformée en confiscation, ou plutôt en tentative de confiscation. Mais il faut relativiser la portée des mass media. Un livre, un cours, un documentaire sont autant de canaux porteurs d'infos et d'idées. Le pouvoir des médias n'est pas inconditionnel, il oriente les opinions mais ne les contrôle pas de manière orwellienne. De plus, l'impact de l'agenda est tel que les acteurs vont bien vite les orienter eux-même (le journalisme est une affaire trop sérieuse pour être laissée aux seuls journalistes).

Une transaction quotidienne: l'agenda-building.

Il s'agit du jeu subtil qui se passe entre les journalistes et les institutions et autres acteurs. Tantôt considérés comme sympa, tantôt comme pourris, les deux parties s'échangent des infos en mettant bien au clair le fait que « si je te refile des infos qui feront monter ton audimat, tu leur donne le plus de retentissement possible ». C'est pour cela qu'on a vu apparaître nombre de communicateurs spécialisés au sein des institutions. Stratégies de communication. Les communicateurs cherchent à influencer l'agenda et l'ordre du jour des rédactions. Ils connaissent le parlé journalistique et peuvent du coup fournir une info prête à être diffusée telle quelle. Le journaliste étant pressé, il est souvent tenté de justement diffuser l'info telle quelle. En bref, le pouvoir médiatique est aujourd'hui en concurrence et en connivence avec les autres grands pouvoirs qui gouvernent l'ensemble de la société sur les plans économiques, politiques et culturels.

Les médias ne disent pas *la vérité*

La censure démocratique opère dans les médias: les sujets qui font invariablement l'actualité sont surexposés, en occultant d'autres.

Triple dimension de cette censure: technique et matérielle car la place allouée à ces sujets ne laisse pas la place aux autres; économique: la diffusion des infos dépend des enjeux économiques qu'ils sous-tendent; culturelle: la pluralité des vecteurs d'infos font croire à la diversité de l'offre alors que c'est l'uniformité et le conformisme qui règnent. Il s'agit d'une censure invisible car personne ne la voit (pas même ses concepteurs).

Il n'est pas possible de saisir « la vérité du monde », trop d'infos partout. On ne peut saisir qu'une infime parcelle de ce qu'il se passe à un moment donné. Donc les journalistes ne disent pas la vérité, ce qui ne veut pas dire qu'ils mentent. La vérité aujourd'hui nécessite du recul, du recoupement, de l'analyse et donc... du temps. La complexité du monde n'arrange pas les choses: impossible de traiter l'actu sous forme de vrai ou faux.

Le problème est que justement on ne voit pas ce problème. La dramaturgie de l'événement, son cadre narratif et la séduction du public rendent l'illusion de réalisme et le régime de la croyance en la véracité principielle du contenu de l'info est bien présent. Il n'existe nulle place pour l'incertitude hormis le conditionnel. Le « je ne sais pas » est banni du langage des journalistes alors que bien souvent c'est lui la vérité. Mais le journaliste ne peut pas dire « je ne sais pas » au risque de passer pour hérétique. De plus, le public attend des « je sais ». Le journaliste ne peut s'avouer vaincu, au risque de devenir inopérant.

Le direct n'est pas synonyme de vérité. Il est synonyme de couverture mais pas de sens. De plus, l'info du direct sera marquante et difficile à recorriger par après, à froid. En effet, le public garde la

première impression en tête. C'est pourquoi le public se doit de ne pas faire confiance à ses yeux, comme le journaliste se doit d'essayer de travailler au mieux avec toutes les contraintes qu'il subit. (voir Guignols de l'info: « nous sommes en 2007 et vous croyez toujours ce que vous voyez à la télévision »).

Le temps de la méfiance

Le public a tout de même évolué depuis 1980: il est devenu sceptique, critique à l'égard de l'info. Il a le loisir de mesurer le décalage entre un fait qu'il a vécu et la façon dont il est rapporté. C'est pourquoi il en vient à se demander si les infos qui ne le concernent pas directement ne seraient pas elles aussi erronées. On assiste à une grave crise de conscience, qui n'épargne aucun média. Aujourd'hui, la performance est acquise, mais la confiance s'étiolle.

On assiste à un zapping inter médiatique du spectateur critique. Il ne cherche pas une meilleure info, mais une autre info. On voit le succès grandissant des émissions telles que les Guignols au ton décalé, qui instaurent une réelle complicité avec le spectateur qui, paradoxalement, les font apparaître comme crédibles. L'individualisation croissante des habitudes de consommation médiatique et la décuplation des canaux télévisuels amorce un lent mais inexorable processus de désaffection des publics vis-à-vis des médias d'info générale. L'indifférence succéderait à la défiance. Les journalistes n'aiment pas ce jeu de la critique. Dès qu'ils se sentent attaqués, ils invoquent les grands principes du journalisme (liberté d'expression, ect), qui on le sait sont acquis depuis longtemps. Cette attitude peut être expliquée par l'immaturation collective du plus jeune métier du monde.

Le récepteur lui-même a évolué vers davantage de réactivité. Il a appris à décoder les énoncés médiatiques à force de passer du temps devant les écrans. Grâce à la toile notamment, les jeunes surtout sont devenus de véritables spécialistes. On ne peut plus être trompé longtemps par une info fautive. Par ailleurs, la complexité croissante du monde et la dégradation des conditions de travail des journalistes fragilisent les compétences mêmes des journalistes. Ce qui amène le public à avoir le sentiment qu'il en sait autant si pas plus que le journaliste. Ajoutons à ceci l'envie croissante du public de vouloir non plus recevoir mais aussi donner son avis, et l'envie aussi de relations horizontales plus que verticales.

Comment réagit la profession face à ce peuple qui s'exprime maintenant via blogs et autres débats publics? Elle réagit entre curiosité de la nouveauté et crainte d'être dépossédé de son territoire. Bien sûr, les citoyens ne sont pas formés, expriment avant tout leurs centres d'intérêt ect, mais les journalistes ne mettent en avant que ces points négatifs (ou adoptent une attitude neutre). Mais à aucun moment on ne parle de la chance de remettre en question des pratiques professionnelles aujourd'hui souvent décriées.

Alors que faire? Rétablir le lien entre l'info et l'impératif démocratique: trier l'info, la simplifier et lui donner du sens. Arrêter aussi avec le « je sais tout, écoutez-moi ». Il faut affirmer ce que l'on est, expliquer et développer un point de vue, faire preuve de modestie. Ceci implique au sein des rédactions qu'on ne donnera plus l'info, mais qu'on la partagera avec le public, ce qui leur offrira le sentiment qu'on ne les prend plus pour des imbéciles ou des récepteurs éponge.

L'influence des médias: le fin mot de l'affaire

Les médias ne font pas l'opinion à eux seuls. Le public est critique, et les déterminants culturels et sociaux dits « classiques » agissent aussi sur nos choix. De plus, l'influence médiatique est plus cognitive que normative (on focalise l'attention plus qu'on ne détourne l'opinion). Les médias eux-mêmes, via des émissions critiques, montrent au public leur manière de fonctionner. Le public pige bien ce qui se passe dans son écran, mais ne réagit pas pour autant: il aime sa fiction, ses mises en

scènes, mais les dénonce. Bien évidemment, le degré d'autonomie et de critique du spectateur varie en fonction du contexte socio-économique dans lequel il est plongé. Seulement les médias ont une vision erronée du peuple, considéré comme imbécile. Tous les corps ayant intérêt à ce que cette croyance soit perpétuée enfoncent bien sûr le clou (politiciens, experts médiatiques, ect).

Les médias sont un pouvoir, et ont grand tort de l'être

Triple victoire... et les conséquences néfastes qui en découlent (course à l'info, infos erronées, overdose d'infos, ect). L'évolution inquiétante qui est en cours est attestée par la crise de confiance du public à l'égard des médias. Les journalistes devraient prendre conscience du paradoxe de l'info triomphante: plus l'info est présente, plus l'exercice du métier est difficile, et plus il est facile de produire de l'info moins on en dégage le sens. Il faudrait faire l'inverse de ce qui est généralement entrepris (ralentir, analyser, organiser, règlementer). Aux yeux du peuple (français surtout), si les médias sont un pouvoir, ils sont en relation avec les autres pouvoirs et ont donc pour but ultime de dominer et non d'émanciper.

L'information reflet du réel: une illusion d'optique

L'objectivité de l'info est un fantasme de la profession. Elle n'existe pas. L'info passe par le point de vue du journaliste, sa manière de rapporter l'info et le contexte dans lequel celle-ci est puisée. Il n'existe pas non plus de « monde réel » à propos duquel on pourrait tenter d'être objectif. Cette conception est qualifiée de constructiviste. Elle est construite par le regard du journaliste, les opérations constitutives du travail journalistique et les conditions sociales, éco, professionnelles et techniques de production de l'actu. La réalité est complexe et infiniment polysémique. Il n'existe pas de réalité indépendante de l'observateur. Seuls les journalistes continuent à reposer sur l'idéologie de l'objectivité.

Le mythe de l'objectivité règne en maître parmi les journalistes. Elle est bien souvent associée à la neutralité présumée du factuel en comparaison avec la subjectivité du commentaire. Les journalistes sont la plupart du temps convaincus de rapporter le monde tel qu'il est plutôt que tel qu'ils le voient. Ceci sera qualifié de mensonge ingénu.

A l'école, on enseigne aux futurs journalistes l'effacement de soi, on apprend à être le miroir de la réalité. Cette approche positiviste repose sur deux présupposés: le statut du réel et du langage. Le statut du réel fait passer la réalité comme univoque et cohérente qui s'impose naturellement aux journalistes qui n'ont qu'à la cueillir. C'est évidemment faux vu que la réalité n'existe qu'à travers un regard particulier. Le statut du langage voudrait que les mots soient naturellement associés aux choses. Or, il existe des milliers de manières différentes de relater un fait, le choix des mots est donc d'une importance primordiale. Ajoutons à cela la croyance en l'innocence social, le fait que l'information n'ait pas d'impact sur le public. Bien sûr qu'elle en a un! Mais il est très difficilement prévisible et mesurable. On parlera d'ailleurs plutôt d'effets de sens plutôt que d'influence sociale.

Les lunettes du journaliste: le journaliste à travers ses lunettes voit certaines choses, et voit les choses qu'il voit d'une manière spécifique. Ce système constructiviste repose sur une série d'éléments:

- la position occupée par le média ou le journaliste dans le champ de l'information
- les interactions journaliste/acteurs
- les logiques éco et sociales qui marquent les conditions d'exercice du métier
- les contraintes professionnelles et techniques du métier
- les mises en forme langagières spécifiques aux supports médiatiques
- les propensions culturelles et les logiques inhérentes à la profession
- les façons de voir et de percevoir la réalité de chacun

-ls mots ou discours qui expriment spontanément ces visions du monde

Il y a un script invisible commun et accepté par tous au sein de la profession qui va aider au choix des sujets et à leur traitement en salle de rédaction. Ces mécanismes réflexes de choix du sujets s'acquièrent avec la routine et l'expérience.

L'emballage médiatique est l'apanage des médias d'aujourd'hui. En amont comme en aval, on prévoit ou reprend l'information du concurrent, pas pour avoir le scoop, mais par peur d'être en retard ou de rater le coche. Les journalistes ont de moins en moins l'opportunité de faire remonter l'info, ils sont de plus en plus au contraire submergés par les ordres des chefs. Il s'agit d'un réflexe d'anticipation et de reprise de l'info acquis. C'est aussi un réflexe socioculturel, les journalistes se cotoyant dans la vie de tous les jours. Par compensation, on valorisera la petite touche de démarcation de son média par rapport aux autres, peu importe si celle-ci n'est même pas perçue par le public. Il s'installe une boucle de l'info, le paradoxe de la concurrence. Il en ressort une auto-référentiation de la part du journaliste. C'est le serpent qui se mord la queue.

Le langage, les mots choisis, éclairent forcément d'un point de vue positif ou négatif une description. De nombreux exemples le prouvent: charges sociales/cotisations sociales; dépenses publiques/investissements publics; illégaux-clandestins/exilés, réfugiés; ect. Le choix des mots, la « mode » des mots est en fait une stratégie politique. La « novlangue » vise à faire croire que les nouveaux termes sont les seuls à pouvoir évoquer une notion, ils effacent le passé et la réalité historique. L'ère d'internet et la société globale de l'information ne sont que déshistorisation et transformation du projet de société. Si les journalistes ne sont pas à l'origine de cette évolution du langage, les mots qu'ils emploient dans leurs textes peuvent bien transmettre des idées pour lesquels ils peuvent être tenus responsables. Le choix des mots est très important. Un mot ne signifie pas l'autre.

Une autre étape du processus constructiviste de l'info est la scénarisation de l'événement propre au récit médiatique. Pour rendre l'info attractive, simple à comprendre et pas lassante, il faut la construire comme une histoire, très souvent sur un mode binaire (les gentils et les méchants, ect). A travers ces scénarios, le public reconnaît des lieux communs, des thèmes familiers et est capable de décoder l'info. Au lieu de traiter le sujet de manière ouverte, le journaliste a déjà en tête son commentaire, les images qu'il veut récolter. On a alors une impression de déjà vu, d'info ressassée. Evidemment car les scénarios sont toujours les mêmes! La pluralité du réel s'estompe alors derrière ces scénarios identiques. Le temps est encore une fois un obstacle pour le journaliste qui voudrait faire preuve d'originalité et montrer l'événement comme un inédit, comme une énigme dont il faut trouver la clé et non pas une blague dont on connaît déjà la chute. Mais on peut difficilement parler de manipulation: l'histoire est proposée, non imposée. On s'en méfie moins vu qu'elle fait appel à des schèmes familiers et pourtant elle peut être des plus insidieuses.

L'habitus entre évidemment aussi en compte dans la manière de voir les choses d'un journaliste (après les branches, la couleur, les verres des lunettes). De par son éducation, son contexte socioprofessionnel, ses schèmes de pensée collectifs et tout une série d'autres caractères, le journaliste ne pensera pas vraiment par lui-même. Son libre-arbitre se heurtera à son habitus. Mais il n'est pas prisonnier de celui-ci: une lutte permanente entre liberté et conditionnement s'opère. Le journaliste peut adopter une posture démystifiante, en admettant sa subjectivité et en apprenant à la connaître, pour peut-être la dépasser un jour.

Sens et effets de sens de l'information

Le journaliste est aussi un acteur social dans le sens où sa construction de l'info va être productrice de sens. Ce rôle lui est imposé car c'est le résultat incontournable de l'activité d'information. Le

public se voit par le journaliste donner des grilles de lecture de l'actu qui peuvent modifier ou conforter l'opinion ou la perception du public face à tel ou tel problème. Les effets peuvent parfois être catastrophiques. C'est pourquoi le journaliste se doit d'être responsable des effets sociaux qu'il produit dans la réalité de par ses actes professionnels. Il doit en être conscient et réactiver son esprit critique endormi par la routine et les réflexes acquis, et ce pour mieux maîtriser les effets de ses dires.

La stimulation dramaturgique est aussi utilisée. Il s'agit de dramatiser un fait (mettons la grippe aviaire), de lui accorder une importance surdimensionnée. Pour accrocher le public, le thème de l'insécurité et de la peur est utilisé (peur de l'autre, de l'invasion, de la perte). D'où se créent des liens qui n'en sont pas entre divers événements, et le climat de peur s'instaure. L'angoisse d'être cernés de dangers règne.

La doxa, le sens commun, influence aussi la construction de l'information. Il s'agit de l'air que respire le journaliste. Au lieu de stigmatiser parce que c'est ainsi dans sa tête, un journaliste (même s'il n'est pas conscient de cette influence de la doxa) devrait retourner la situation de manière à l'analyser. Si on ne le fait pas, on retombe dans les lieux communs. Des effets de sens sont alors créés. La réalité médiatique fonctionne comme un indicateur, un marqueur social. C'est du regard médiatique que les personnes concernées vont se sentir eux-mêmes représentés au sein de la société, et c'est aussi par ce regard qu'eux-même se verront, ce qui peut avoir de graves conséquences de repli sur soi si ces personnes sont stigmatisées (jeunes des banlieues par exemple).

Expression sociale et accès à la parole médiatique

Les populations marginalisées ou précarisées sont pris au piège des images identitaires que les médias proposent d'eux car ils ont rarement la possibilité de contester les images produites à leur sujet. Ceci à la différence de la relation qu'entretiendra un journaliste avec un « puissant ». Là on prend un rdv, on vouvoie, on laisse parler. Avec les classes les plus basses de la population, on s'invite, on fait des questions pré-formatées de façon à ce qu'on réponde ce qu'on veut qu'on réponde, on tutoie, ect. Il est surtout demandé de se livrer et de montrer ses émotions à chaud, qui seront ensuite recadrées et interprétées par les journalistes. Il y a une discrimination, une inégalité face au droit de s'exprimer. Pour ceux qui vivent dans la précarité sociale, l'expression publique est pourtant un enjeu clé, mais l'habitude des méthodes d'expression face aux médias manquent. La peur d'être ridicule, de ne pas trouver les mots, ect bloque l'intervention lorsque celle-ci est possible. Il importe pour le journaliste d'instaurer une relation de confiance et de casser la relation de supériorité qui est prédéfinie. Parfois les intervenants disent d'eux ce qu'ils ont entendu d'eux dans les médias, ce qui contribue parfois à les enliser et à les stigmatiser encore plus. Soit ils ne le font pas exprès, soit ils le font exprès pour se mettre encore plus en valeur.

Réguler a posteriori?

La solution pour le journaliste serait essentiellement d'adpter une attitude citoyenne plus que professionnelle et déontologique.