



La critique des médias à l'ère postmoderne

L'opinion publique de nos démocraties occidentales devient de plus en plus critique vis à vis des médias. Chaque année, les sondages d'opinion commandés par de grands titres de la presse écrite nous rappellent que la crédibilité et l'estime portées aux médias ne cessent de s'éroder. Ainsi, pour prendre quelques exemples, aux Etats-Unis, un sondage de l'institut *Gallup* réalisé en 1995 révèle que seulement 20% du public interrogé estimait que les journalistes avaient des normes déontologiques élevées. Plus problématique, un sondage du *Times Mirror* réalisé en 1994 indiquait que 71% du public interrogé était d'accord avec l'énoncé selon lequel « les journalistes sont devenus un obstacle à la résolution des problèmes sociaux ». En France, un sondage CSA, publié en février 2003, mentionne que 57 % des personnes interrogées estiment que les journalistes ne relatent pas honnêtement les faits, lorsque près de 75% d'entre elles les jugent dépendants des pouvoirs politique et économique.

Les médias cristallisent donc un vaste ensemble d'attentes idéalisées mais finalement déçues aux yeux du public. Il est également frappant de constater combien le journalisme français a pu être récemment l'objet de violentes dénonciations.¹Ces différentes réactions montrent à quel point les « médias » occupent dorénavant une place centrale dans nos sociétés libérales. Ils demeurent au cœur de la question démocratique à travers le processus de « rassemblement conflictuel » assuré par le journalisme.²Par ailleurs, leur influence dans la

¹Citons parmi les titres récents :

BIRENBAUM Guy, *Nos délits d'initiés, mes soupçons de citoyen*, Stock, 2003

CARTON Daniel, *Bien entendu c'est off !* Albin Michel, 2003

COIGNARD Sophie, *Le rapport omertà 2003*, Albin Michel, 2003

PEAN Pierre, Philippe COHEN, *La face cachée du Monde*, Les Mille et une nuits, 2003

POULET Bernard, *Le pouvoir du Monde. Quand un journal veut changer la France*, La Découverte, 2003

RUFFIN François, *Les petits soldats du journalisme*, 2003

SCHNEIDERMAN Daniel, *Le cauchemar médiatique*, Denoël, 2003

²MUHLMANN Géraldine, *Du journalisme en démocratie*, Payot, 2004

³GOULDNER Alvin, *The future of the intellectuals and the rise of the new class*, N-Y, 1979

structuration du « monde vécu » de chacun est déterminante dans l'expérience de la postmodernité.

Or, ce rôle et cette centralité des médias sont plus que jamais interrogés par deux critiques distinctes : la *critique sociale* et la *critique morale*. La première prend pour cible les médias selon des critères d'ordre *politique* au nom d'une conception du bien commun démocratique qu'elle estime menacée par leur activité. Quant à la critique morale, elle se déploie au nom de critères d'ordre *esthétique* et *anthropologique* afin de dénoncer l'emprise des médias au sein des formes d'existence contemporaines. Qu'est ce qui fonde aujourd'hui la spécificité de ces deux critiques au sein de notre « culture du discours critique », pour reprendre l'expression d'Alvin Gouldner³ ?

Comment influent-elles sur le fonctionnement des médias et les pratiques journalistiques ? En quoi renseignent-elles sur les recompositions actuelles de l'espace public et la crise structurelle de nos démocraties ?

La critique sociale

La critique sociale apparaît lors de l'industrialisation de la presse, dans la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle lorsque le mouvement ouvrier accuse les journalistes de dépolitiser le débat public et de se soumettre aux « puissances d'argent » du capitalisme. Selon une conception marxiste de *distorsion-dissimulation* de l'idéologie, elle va traquer la fabrication de fausses consciences individuelles et collectives conformément aux intérêts des « classes dominantes ».

Ces opérations de dévoilement dépassent aujourd'hui les milieux traditionnellement politisés pour imprégner le sens commun à travers les vulgates du *complot*, de la *collusion*, de la *conspiration*. Cette posture se déploie au nom de la *démocratie* et du *bien commun*. Elle est souvent associée à une dénonciation du *pouvoir* et des *élites* avec l'idée, si l'on emprunte la métaphore théâtrale, que ce qui est montré sur la scène est une *illusion* et une *tromperie* qui se prépare dans l'ombre des coulisses. Tout en dénonçant le différentiel qui existe, selon elle, entre ce qui est *officieux* et ce qui est *officiel*, elle ne cesse par ailleurs de fustiger le cynisme marchand inhérent à l'industrie des médias.

La critique sociale des médias prend quatre formes distinctes fondées sur la dénonciation de *l'exploitation de la souffrance*, la déconstruction de *la manipulation*, l'incrimination des « *silences médiatiques* » et l'indignation vis-à-vis de « *l'obscène* ».

L'exploitation de la souffrance

A partir du XVIII^{ème} siècle, la conscience occidentale moderne intègre l'idée de sa responsabilité dans la souffrance du monde. La souffrance va devenir à partir, du XIX^{ème} siècle, un objet central des critiques de gauche et de droite de la modernité. Si Marx, dans son œuvre d'économie politique s'efforce de rendre compte « scientifiquement » de la souffrance du prolétariat dans la modernité industrielle, Nietzsche la déconsidère dans sa célébration du sublime aristocratique. En matière esthétique, le romantisme introduit dans la sensibilité occidentale le culte de la souffrance à travers la figure nouvelle de la « victime » et du héros tourmenté.⁴

⁴ AMATO Joseph A., *Victims & values. A history and theory of suffering*, Praeger, 1990

La notion d'*exploitation* accède, pour sa part, à une nouvelle portée sémantique à partir du début du XIX^{ème} siècle. Jusque là, « exploiter » n'entrait pas dans une sémantique de la morale mais signifiait simplement exploiter des ressources naturelles à des fins productives.⁵ Or, avec la révolution industrielle et la critique sociale du capitalisme, la notion d'*exploitation* va être associée dorénavant à la projection des humains dans le processus productif : elle a partie liée avec la *dépossession* de la dignité humaine.

Avec l'industrialisation de la presse à la fin du XIX^{ème} siècle puis, avec l'essor de la télévision à partir des années 1980, la dénonciation de l'exploitation de la souffrance fustige l'exploitation commerciale du sordide, de la tragédie, du drame, à travers la mise en scène des victimes au sein de dispositifs médiatiques où « *the show must go on* ». Elle s'établit à la fois au nom de *victimes* qu'elle considère dépossédées de leur *dignité* et d'une humanité bafouée par le cynisme marchand inhérent au marché médiatique de la souffrance. « Une bonne partie de notre presse, écrit Peter Sloterdijk, se borne à servir la soif du pire, vitamine morale de notre société. La valeur d'usage des nouvelles dépend, pour une grande partie, de leur pouvoir d'excitation (...) ».⁶

La critique porte donc sur un transport de situations qui, avec la médiatisation, vont se trouver désencastrées de leur situation originelle pour trouver une nouvelle existence dans les *networks* planétaires⁷. Cette dénonciation porte sur la mise en scène du tragique pour des spectateurs lointains, « qui peuvent tout voir sans être vu », dont l'éventail de réactions possibles va de l'indignation impuissante à l'indifférence chronique.⁸

La manipulation

La déconstruction de la *manipulation* est une opération qui s'emploie à démêler ce qui lui paraît être le vrai du faux, le certain du vraisemblable, le véridique du mensonger. Elle se donne pour mission de dévoiler les *fabrications*, pour reprendre le terme d'Erving Goffman, qu'elle impute aux médias⁹. Ce qui est présenté à l'opinion publique serait alors partiel et partial, voire qualifié de « *propagande* ».¹⁰

Un premier aspect de la dénonciation porte sur *l'instrumentalisation politique* des médias. Elle postule que l'information, sous contrôle de l'Etat, à l'image du « ministère de la vérité » d'Orwell dans *1984*, est présentée de manière distordue à l'opinion, conformément aux intérêts politiques auxquels elle est censée satisfaire dans le but de « faire l'opinion ».¹¹ Les exemples de dénonciations ne manquent pas. On peut évoquer, par exemple, le flot de reproches concernant la dépendance des médias occidentaux à l'égard de l'armée américaine lors de la première et de la seconde Guerre du Golfe. Les élections présidentielles françaises de 2002 ont vu, par ailleurs, se développer des polémiques sur le traitement médiatique de ce qu'il était convenu de qualifier, selon le consensus d'alors, d' « insécurité ».

Le second aspect de la dénonciation prend la forme d'une accusation portant sur *l'instrumentalisation économique* des médias par la puissance du capitalisme. Elle porte ici sur la fragilisation du débat démocratique et les risques de censure imputés à l'extension du capitalisme aux médias durant ces vingt dernières années. Raoul Vaneigem écrit qu'« issue du

⁵ SEWELL William H., *Gens de métier et révolutions. Le langage du travail de l'Ancien Régime à 1848*, Aubier, 1983, p 274

⁶ SLOTERDIJK Peter, *Critique de la raison cynique*, Bourgeois, 1987, p 383

⁷ BOLTANSKI Luc, *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*, Métailié, 1993

⁸ *Ibid*

⁹ GOFFMAN Erving, *Les cadres de l'expérience*, Les éditions de Minuit, 1991, p 93

¹⁰ CHOMSKY Noam, *Necessary illusions : thought control in democratic societies*, South ans Press, 1989

CHOMSKY Noam, *Secrets, lies and democracy*, Odonian Press, 1994

CHOMSKY Noam, *Media control : the spectacular achievements of propaganda*, Seven Stories Press, 1997

¹¹ CHAMPAGNE Patrick, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Editions de Minuit, 1990

libre échange et de la libre circulation des biens et des personnes, la liberté d'expression est aujourd'hui menacée par cet esprit marchand qui avait présidé à sa naissance. Ce qui l'ouvrait jadis la verrouille aujourd'hui, à mesure que se referme sur le monde le cercle du profit. »¹² On peut évoquer, par exemple, la constitution des deux conglomérats de l'information et de la communication, AOL Time Warner et Vivendi Universal, qui s'est réalisée avec l'inquiétude de voir apparaître des monopoles en matière de circulation de l'information.

On le voit, la dénonciation de l'instrumentalisation politique et économique des médias, autrement dit des formes de *publicité manipulatrice*, se déploie au nom de *l'intérêt général*. Elle prend pour cible les relations étroites qui existent entre les élites de l'Etat, du capitalisme et des médias. Elites liées par des intérêts communs, tenus secrets, qui revêtent un caractère scandaleux lorsqu'ils transgressent des normes en vigueur comme le montre John B. Thompson dans son étude du scandale politique.¹³ La dénonciation de la manipulation porte alors sur des affaires maintenues illégitimement en marge de l'espace public : c'est pourquoi elle se déploie au nom de la « démocratie » et réclame sans cesse toujours plus de « transparence ».

Les « silences médiatiques »

L'apparition, depuis une dizaine d'années, de cette nouvelle forme de critique renseignée sur le développement avancé de notre « culture du discours critique » : il s'agit de l'incrimination des silences médiatiques. Le reproche adressé aux médias déplore le déficit, voire l'absence, de médiatisation de faits d'importance. Ce reproche est inhérent à nos sociétés où la construction du lien social et de la grammaire politique sont « hypermédiatisées », c'est-à-dire travaillées en permanence par ce chaînage quotidien du *particulier* et de l'*universel* constitutif de notre sentiment d'appartenance à un *monde commun*.

Considérés comme une *injustice* par les personnes qui estiment que des faits importants n'accèdent pas à la publicité ; les « silences médiatiques » sont expliqués dans l'ère du soupçon en terme de *collusion* ou de *complot*.

Un rapide coup d'œil sur Internet, par exemple, permet de mesurer la diversité des dénonciations de ces « silences médiatiques » : un admirateur du poète Allen Ginsberg, auteur du recueil *Howl* (1956) qui fit scandale lors de sa parution, déplore sa disparition dans un « quasi silence médiatique » ; un journaliste du *Monde Diplomatique* déplore le « silence médiatique » entourant un article de son journal paru en juin 1999 dénonçant l'utilisation d'armes à uranium appauvri dans les Balkans ; un collectif « anti-expulsion » de Lyon dénonce le « silence médiatique » entourant le décès d'un jeune malien de 24 ans lors d'une expulsion violente ; une fédération de parents d'élèves se plaint du « silence médiatique » entourant son action dans les Pyrénées Atlantiques ; un comité dénonce le « quasi-silence médiatique » dans lequel se déroule la guerre de Tchétchénie, etc.

Ces quelques exemples montrent que la dénonciation des « silences médiatiques », autrement dit de *dénis de réalité*, est devenue une opération critique extrêmement courante. D'une part, elle permet de questionner les pratiques journalistiques au niveau du tri et de la sélection de l'information. D'autre part, elle pose le problème de l'inégalité d'accès aux médias en tant que ressources dans la prise de parole au sein de l'espace public.

¹² VANEIGEM Raoul, *Rien n'est sacré, tout peut se dire. Réflexions sur la liberté d'expression*, La découverte, 2003, p 14

¹³ THOMPSON John B. *Political scandal. Power and visibility at the mediated age*, Polity Press & Blackwell Publishers, 2000

L'obscène

Une dernière forme d'indignation mérite d'être distinguée. Dans son acception originelle, elle fustige ce qui lui paraît relever de « l'inmontrable », c'est-à-dire ce qui est perçu comme « obscène ». En effet, dans son sens classique, l'obscène désigne un jugement sur des représentations de la sexualité, du crime, de la cruauté et de la violence dépassant la seule fin artistique à un âge où l'art était exclusivement conçu comme la représentation de la grâce divine et du beau. La qualification d'obscène s'érigait contre ce qui s'écartait de cette esthétique classique platonicienne où le « beau » avait partie liée avec le « bien ». Cet interdit autour de la représentation constitue un tabou très ancien, comme l'a montré Freud, lié au monothéisme. Pour Saint Augustin, l'image était source de tentations et de péchés. Dans le christianisme, la nudité était tolérée à la condition exclusive de faire référence à un thème de la mythologie. A partir du XIII^{ème} siècle, l'Eglise va régler les normes de représentations en Occident au moyen de la censure avant que l'Etat moderne, à partir du XIX^{ème} siècle, n'impose sa propre censure au nom de l'ordre public.

Aujourd'hui, la notion renvoie moins à cette acception littérale, morale, qu'à un nouveau sens, métaphorique, questionnant les nouvelles frontières de l'espace public. La qualification d' « obscène » ne porte alors plus véritablement sur la transgression de la représentation mais bien davantage sur le phénomène médiatique actuel de présentation intégrale et absolue. Sa dénonciation est donc bien une des composantes de la critique sociale des médias si l'on considère qu'elle déplore en définitive la dépolitisation actuelle de l'espace public. Lorsqu'elle s'attaque à la pornographie, à la télé-réalité, à la presse people, au encore au phénomène éditorial des livres-confession et au genre de l' « auto-fiction » en littérature, elle stigmatise en effet l'inconsistance de ce qui relève de l'exhibitionnisme, du narcissisme, et de la quotidienneté. Dans cette acception, l'obscénité désigne dorénavant ce qui est trop insignifiant pour être soumis à la publicité.

La critique morale

Parallèlement à la critique sociale, une critique morale de la presse s'est déployée à partir de la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle. Elle a pris son essor avec l'affrontement de deux conceptions du journalisme issues de l'industrialisation de la presse : d'une part, le « journalisme ancien » d'opinion et de débats d'idées, structuré autour de la politique et de la littérature, porté par des journalistes « amateurs » (principalement les écrivains et les universitaires) et, d'autre part, le « nouveau journalisme », à partir des années 1880, orienté vers la recherche de l'information sur le modèle de la presse américaine, de l'interview et du reportage.¹⁴ La critique que l'on peut qualifier de « morale » émerge dans ce contexte où les intellectuels voient brutalement leur statut de membres d'une élite lettrée déstabilisé par ce nouveau journalisme professionnalisé qui donne la priorité aux faits. Ils vont alors fustiger la recherche du « sordide » dans les reportages, la « vulgarité » des sujets traités, le « défaut d'érudition » de ces nouveaux hommes de plume : les journalistes.¹⁵

Avec l'essor conjoint au XX^{ème} siècle des médias et de la culture de masse, la critique morale a pris une nouvelle dimension. Elle s'est affirmée dans sa radicalité esthétique et anthropologique contre les nouvelles formes d'existence massifiées et médiatisées, au nom d'une certaine *libération* de l'humanité. Elle a pour objet le rapport au *sensible* et l'expérience du *monde* à travers les *artefacts*, responsables à ses yeux de la *déshumanisation* qu'elle combat.

¹⁴ FERENCZI Thomas, *L'invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du XIX^{ème} siècle*, Plon, 1993

¹⁵ LEMIEUX Cyril, *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Métailié, 1997

La critique morale des médias revêt elle aussi quatre formes distinctes articulées autour de la thématique de l'*inauthenticité*, des dénonciations de l'*aliénation*, des accusations de *décadence culturelle* et du *non-sens*.

L'inauthenticité

La thématique de l'inauthenticité prend pour cible la *massification* comme phénomène constitutif de la modernité. Heidegger dans *Etre et temps* identifie, ce que l'on appelle depuis le XIX^{ème} siècle, avec notamment avec Gustave Le Bon, « les foules » au « On » (*man*) inhérent à l'opinion publique. Selon lui, le monde du « On » dissimule le caractère authentique de l'existence humaine, « l'être-au-monde », et l'éloigne de la *préoccupation*. Le *dasein* se trouve déchargé du *souci* et la pensée authentique s'érode face à l'omniprésence du monde du bavardage. Le « On » renvoie donc à la norme moyenne, au jugement moyen, au sens commun de l'opinion publique et décharge de toute responsabilité : l'homme moyen trouve refuge dans l'anonymat et le caractère insignifiant du quotidien. « L'être en commun, écrit Heidegger, cherche à imposer tout ce qui est conforme à la moyenne (...) La moyenne et le nivellement constituent tout ce que nous appelons l'opinion publique ». ¹⁶ Cette thématique de l'inauthenticité se polarise sur les notions de *bavardage* et de *curiosité*, constitutives de l'opinion publique.

Le *bavardage* est l'insignifiance de la rumeur du monde social, détachée du discours qui suppose un engagement dans la désignation de l'agencement de l'état des choses. La *curiosité*, comme recherche permanente de nouveauté, est conçue ici comme une forme pervertie de l'amour de la connaissance et de la contemplation. Heidegger cite notamment Saint Augustin (*Les Confessions*, X, 35) à propos de la « convoitise des yeux », qualifiée aujourd'hui de « voyeurisme » : « La jouissance recherche le beau, le chantant, le suave, le savoureux, le moelleux ; la curiosité recherche aussi, pour en tâter, leurs contraires (...) par fringale d'éprouver et de connaître. Qu'a, en effet, de plaisant, la vue d'un cadavre mis en pièce ? (...) Cependant qu'il y ait un gisant, n'importe où, les gens accourent ».

Fondamentalement, la critique morale dénonce l'inauthenticité générée par l'« extériorisation » des mondes intérieurs générée par le bavardage médiatique et le règne du « On », corollaire de la « puissance du nombre », pour reprendre l'expression de Gabriel Tarde. ¹⁷ « Le On, écrit Peter Sloterdijk, est l'habitant du Grand Monde qui paie le prix du confort symbolique et matériel de sa propre forme de vie, dans la mesure où il se laisse tomber dans le courant menant à l'évacuation générale du monde intérieur. Son intérieur est totalement passé dans l'extérieur de son âme, ce sont les extériorités elles-mêmes » ¹⁸.

L'aliénation

La critique des médias devient, à partir des années 1960, l'objet d'une véritable production intellectuelle et s'articule aux analyses portant sur les « masses ». C'est lors de cette période, par exemple, qu'Edgar Morin, Georges Friedman et Roland Barthes créent le *centre de communication de masse* (1959). La critique des années 1960-1970 des « mass-médias » est principalement alimentée par les écrits de l'Ecole de Francfort. Lors de leur exil Outre-Atlantique, Adorno et Horkheimer conçoivent Los Angeles et Hollywood comme le vaste laboratoire du capitalisme au sein duquel ils virent, dans une profonde inquiétude, en tant que membres de l'intelligentsia critique européenne, s'effacer l'humanisme bourgeois de l'*Aufklärung* et les

¹⁶ HEIDEGGER Martin, *Etre et Temps*, Gallimard, 1992

¹⁷ TARDE Gabriel, *L'opinion et la foule*, PUF, 1989, p 78

¹⁸ SLOTERDIJK Peter, *Bulles, Sphères I*, Pauvert, 2002, p 685

aspirations révolutionnaires devant l'essor de l'industrie culturelle et l'urbanisme petit-bourgeois des *suburbs* résidentielles californiennes.¹⁹

Parallèlement à l'école de Francfort, le mouvement situationniste, conjuguant le marxisme et le surréalisme, développe sa propre critique de l'aliénation médiatique à la fin des années 1960. Celui-ci est théorisé en 1967 par deux ouvrages majeurs, *Traité de savoir vivre à l'usage des jeunes générations*²⁰ et *La société du spectacle*.²¹ Pour le situationnisme, la libération totale peut être atteinte en détournant les éléments quotidiens présents dans l'urbanité, la technique et la culture pour les réagencer de manière poétique. *La société du spectacle* constitue une critique de la réification inspirée par un marxisme orthodoxe : dans la thèse n°1, par exemple, « l'accumulation de marchandises » du Capital devient « l'accumulation de spectacles » ; dans la thèse n°4, le « spectacle » se substitue au « capital ». Le « spectacle » devient alors la marchandise du « capitalisme avancé ». Dans la thèse n°6, Debord précise que « sous toutes ses formes particulières, information ou propagande, publicité ou consommation directe des divertissements, le spectacle constitue le modèle présent de la vie socialement dominante (...) ».²²

Ces analyses, initialement confinée à de petits cercles d'intellectuels et de militants, ont trouvé un très large écho à la suite de mai 68. Celles-ci imprègnent plus que jamais la critique morale des médias dans ses attaques contre ce qui est appelé tantôt la « société médiatique », la « société de l'information » ou encore la « société de la communication ». Dans le prolongement des analyses de la théorie critique et du situationnisme, une nouvelle thématique émerge dans les années 1980, pour devenir classique dans les années 1990 : la « surinformation ». La cible commune de ces nouvelles incriminations devient la prolifération des images diffusées en continu par les *networks* : « c'est un fait typique des cultures de masses aiguës : les images animées sont devenues beaucoup plus vivantes que ceux qui les observent ».²³

En lien avec le situationnisme, l'émergence du mouvement féministe à partir des années 1960 est tout à fait centrale pour comprendre la vitalité actuelle de la critique de l'aliénation médiatique. Le féminisme va permettre, en transportant la question des femmes de la sphère domestique à la sphère politique, de sexualiser la politique et l'espace public. Cette aspiration à la libération investit le corps des femmes comme le lieu de la contestation politique afin de dénoncer leur aliénation biologique.²⁴ Comme le situationnisme, le féminisme va diriger l'essentiel de sa critique sur le thème de la réification : dans le fonctionnement de l'industrie médiatique et culturelle, l'érotisation du corps féminin obéit à la logique marchande. La réification du corps de la femme au sein de l'espace public demeure plus que jamais une critique d'une grande actualité si l'on se réfère aux nombreuses dénonciations de la pornographie et de la publicité qui déconstruisent la figure de la « femme-objet ».

La dénonciation de l'aliénation médiatique en vient alors à se situer sur un plan anthropologique. Elle prend ainsi pour cible les médias en tant qu'*artefacts* dans l'expérience du sensible et la structuration des mondes vécus à travers un rapport au monde virtuel et fabriqué.

¹⁹ DAVIS Mike, *City of Quartz. Los Angeles, capital du futur*, La Découverte, 1997

²⁰ VANEIGEM Raoul, *Traité de savoir vivre à l'usage des jeunes générations*, Gallimard 1992

²¹ DEBORD Guy, *La société du spectacle*, Gallimard, 1992

²² *op., cit* p 17

²³ SLOTERDIJK Peter, *Bulles. Sphères I*, Pauvert, 2002, p 84

²⁴ ECHOLS Alice, *Noting distant about it : women liberation & sixties radicalism* in COHEN Cathy J., JONES Kathleen B., TRONTO Joan C., *Women transforming politics*, New York University Press, 1997, p 463

Le déclin culturel

La troisième forme de la critique morale dirige ses attaques contre les médias au nom de la « culture ». Elle se lamente de la perte d'influence de la « culture de l'écrit », s'inquiète de l'abolition des hiérarchies esthétiques au sein de ce que Christopher Lasch nomme la « culture du narcissisme. »²⁵ Empreinte de mélancolie devant les vestiges du sublime culturel bourgeois, elle se déploie au nom d'une conception bourgeoise de la libération de l'humanité forgée à partir du XVIII^{ème} siècle, c'est à dire « la promesse d'une libération des contraintes de l'ordre établi, sans évasion vers un au-delà. »²⁶ Quand elle déplore la déliquescence de la culture bourgeoise des humanités, elle dénonce la réification de la culture par l'industrie médiatique et son corollaire, le fait que la culture bourgeoise classique cesse, dorénavant, d'être conçue comme source de libération. C'est pourquoi, elle abhorre le passage crucial de l'admiration de l'œuvre d'art à la consommation de produits culturels, opéré dans les années 1960, avec pour idée centrale que « l'attitude de la consommation implique la ruine de tout ce à quoi elle touche », comme l'écrit Hannah Arendt dans sa critique de la culture de masse américaine.²⁷

Cette dénonciation s'est élargie aujourd'hui à la critique de la globalisation. Elle fustige l'extension du capitalisme globalisé à la culture, ce qu'elle appelle la « marchandisation de la culture » et l'homogénéisation culturelle. Elle défend la singularité des cultures nationales en faisant alliance, en France, avec un certain anti-américanisme ancré aussi bien à gauche qu'à droite.

Le non-sens

L'expression du « non-sens » a partie liée avec les grands bouleversements anthropologiques de ces vingt dernières années induits par l'avènement de la société en réseau. Elle résulte de la nouvelle structuration spatio-temporelle des mondes vécus générée par la nouvelle plasticité de l'espace et du temps.²⁸ Elle a pour objet les nouvelles expériences du temps, de l'espace et de la mémoire, constitutives de la crise du réel diagnostiquée à partir de la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle avec l'invention de la photographie puis du cinéma. Au début du XX^{ème} siècle, Marinetti, dans son *Manifeste futuriste*, dresse le constat suivant qui nous semble aujourd'hui si familier : « Le temps et l'espace ont déjà disparu. Nous vivons dans l'absolu car nous avons créé la vitesse éternelle et omniprésente ». ²⁹

Dans l'entre-deux-guerres, ce sentiment, vague et diffus, d'une perte de sens devient un véritable sujet pour la littérature de langue allemande. Ces différents personnages expriment leur malaise face à l'inintelligibilité de leur époque. L'officier Tunda dans *La fuite sans fin* de Joseph Roth déclare qu'« il n'y a plus de distance. On est si près des choses qu'elles ne vous concernent plus du tout ». Ulrich, le personnage de Robert Musil dans *L'homme sans qualité* recommande à son ami de « jeter un coup d'œil dans le journal. Il est rempli d'une opacité démesurée. Il y est question de tant de choses que cela dépasse de loin la capacité de Leibniz. Mais on ne s'en aperçoit pas, on a changé. Il n'y a plus maintenant un homme total face à un monde total mais quelque chose d'humain flottant dans un bouillon de culture générale ». Ces constats s'établissent dans les années 1930, c'est-à-dire au moment même où l'art abandonne définitivement toute ambition figurative pour laisser place à l'abstrait : la grande presse, puis les

²⁵ LASCH Christopher, *La culture du narcissisme*, Climats, 1994

²⁶ HABERMAS, Jürgen, *L'espace public*, Payot, 1992, p 58

³⁹ ARENDT Hannah, *La crise de la culture*, Folio, 1992, p 270

⁴⁰ MAC QUINE Scott, *Visions of modernity*, Sage publications, 1998

⁴¹ *ibid*

²⁹ *ibid*

« médias » seront dorénavant toujours plus investis de cette fonction de représentation et de lecture du monde délaissée par l'art.

En raison de la puissance des médias acquise dans les années 1990 à l'ère de la globalisation, la critique contemporaine du « non-sens » porte dorénavant sur la modification du rythme des représentations (*rythms of representation*) et des horizons de la connaissance (*horizons of knowledge*). Ce phénomène correspond à une altération de la *médiance* et de l'*époqualité*, c'est-à-dire le « sens d'un milieu » et le « sens d'une époque », selon les analyses du géographe Augustin Berque.³⁰ Cette forme de la critique morale exprime alors l'anomie suscitée par une expérience du monde emprisonnée dans l'artefact des médias ; l'expérience du sensible étant devenue anachronique dans la célébration du virtuel inhérente à la société en réseaux. Elle est le symbole du malaise postmoderne face aux bouleversements anthropologiques générés par les médias : l'accélération considérable du temps et la réduction significative de l'espace. C'est pourquoi, elle coïncide avec la résurgence de discours nostalgiques prônant le retour à une certaine forme de lenteur, érigeant l'attitude contemplative en résistance afin de renouer avec cette intelligibilité perdue.

L'internalisation de la critique

La critique sociale des médias, en visant les pratiques au sein de l'industrie médiatique, est parvenue à être internalisée au cours des années 1990 au sein de nouveaux dispositifs visant à rapprocher le public des médias. En revanche, la force de la critique morale demeure extrêmement limitée car, contrairement à la critique sociale, elle se déploie depuis une radicalité esthétique et anthropologique incompatible avec l'élaboration de compromis institutionnels.

Le journalisme civique

Depuis une quinzaine d'années, émerge aux Etats-Unis une façon alternative de pratiquer le journalisme adoptée par un nombre croissant de médias. Cette nouvelle pratique, à la fois qualifiée de « journalisme public » et de « journalisme civique », part du constat que les journalistes forment une élite éloignée des préoccupations du public. Il s'agit pour une entreprise d'informations (journal, radio, télévision) de financer un sondage afin de connaître les sujets de préoccupation que le public désigne afin de procéder ensuite à des enquêtes fouillées sur ces thèmes qui donneront lieu à des débats où le public peut interpeller des élus, des universitaires, des responsables associatifs, des syndicalistes etc. Le journalisme civique tente donc d'associer le public à la définition et à la construction de l'agenda médiatique.

Cependant, l'essor du journalisme civique s'accompagne de critiques internes formulées par des journalistes qui reprochent à cette nouvelle pratique de déroger à la tradition journalistique américaine reposant sur l'impartialité et l'objectivité. Les adversaires du journalisme civique insistent également sur le fait que les journalistes n'ont pas à être les otages du public mais que, bien au contraire, ils servent mieux celui-ci en lui procurant des informations indépendantes, fiables, de manière autant que possible « objective ». Ce à quoi les partisans du journalisme civique rétorquent que c'est une illusion de croire que l'activité journalistique est neutre dans le débat public.

⁴² BERQUE Augustin, *Etre humain sur la terre. Principes d'éthique de l'écoumène*, Gallimard, 1996

Les espaces de médiation

Parallèlement au journalisme civique, controversé, nombre d'entreprises de presse tentent aujourd'hui d'initier des formes de dialogue avec le public en recueillant ses doléances, ses plaintes, ses mécontentements au sein de dispositifs de médiation qui peuvent s'établir à travers le courrier des lecteurs, « la chronique du médiateur » d'un journal du soir, un site Internet, etc... Les rédactions justifient par ce moyen leurs choix journalistiques et leur ligne éditoriale face aux critiques du public. Ces dispositifs de médiation permettent au public d'interroger les pratiques journalistiques, forcent les journalistes à expliciter les règles qui régissent l'exercice de leur profession et permettent ainsi au public de mesurer la complexité, ignorée sinon minorée, de la pratique du journalisme.

La régulation de la diffusion des contenus

D'autre part, pour tenter d'apporter des solutions concrètes pour les programmes jugés « violents » ou « pornographiques » par différentes associations féministes et de protection de l'enfance, des propositions de régulation de ces contenus avancent un certain nombre de dispositifs à mettre en œuvre. Par exemple, le CSA avait préconisé aux chaînes de télévision françaises de supprimer de leurs programmes les diffusions à caractères pornographiques et une centaine de députés avait déposé une proposition de loi interdisant les films classés " X " à la télévision. A ce titre, le rapport Kriegel, intitulé « violence et télévision » avançait un certain nombre de propositions allant dans le même sens. Mais ces propositions n'ont pas manqué de susciter un vif débat en ranimant le spectre de la « censure ».

L'exception culturelle

Quant à la critique morale, tout au plus, les reproches de « déclin culturel » contribuent à une certaine redéfinition de la mission culturelle du service public audiovisuel. L'Etat est appelé à jouer un rôle de protection et de préservation de « l'exception culturelle culture » face à la logique marchande. Par exemple, le projet de loi sur l'audiovisuel d'avril 1999 visait notamment à réduire la publicité sur les chaînes publiques de 12 à 8 minutes. Le récent rapport Clément a proposé de son côté un réaménagement des programmes afin que les programmes dits « culturels » ne soient relégués à des heures trop tardives. Mais, encore une fois, ces mesures sont d'une portée très modeste au regard des problèmes soulevés par l'extension du capitalisme à la culture.

Les recompositions actuelles de l'espace public

La critique sociale des médias, au nom d'un idéal démocratique menacé, a largement participé au cours de ces quinze dernières années à l'introduction de nouvelles formes et normes de publicité au sein de l'espace public postmoderne. Parmi elles, l'injonction contemporaine à la « transparence » occupe une place tout à fait centrale : désormais, aucune opacité ne doit demeurer quant à l'action des personnes publiques et du fonctionnement des institutions. D'une certaine façon, cette demande sociale de transparence est victime de son succès, si l'on considère maintenant l'émergence de nouvelles indignations visant le caractère naïf, utopique, voire totalitaire, de la possibilité d'un monde orwellien à la « 1984 » au sein duquel il serait possible de tout savoir, de tout voir, de tout entendre, sans être vu.

Dans cette perspective, l'épuisement des formes traditionnelles de publicité s'établit, notamment, au regard du réagencement de la frontière entre la sphère publique et la sphère privée, de l'intimité bourgeoise. Cette frontière est plus que jamais incertaine pour les personnes engagées dans la sphère publique : leur intimité et leur monde domestique font désormais partie intégrante de l'espace public à travers un phénomène de « réification de l'intimité³¹ », selon les mots d'Habermas.

Par ailleurs, l'efficacité de la critique sociale des médias transforme les situations de « non-médiatisation » en injustices. L'accès à l'espace public par les médias est alors conçu comme un droit démocratique et comme vecteur de visibilité sociale. Ce phénomène explique d'une part, la concurrence farouche que se livrent dorénavant les victimes d'obédience diverses (de pollutions industrielles, de scandales de santé publique, de catastrophes climatiques, d'oppression politique...), sur le marché médiatique et favorise, d'autre part, l'omniprésence du terme de « discrimination » au sein de l'espace public à travers ses déclinaisons sociales, ethniques et sexuelles. A présent, non seulement la catégorie de « victime » est devenue une catégorie sociale, politique et morale à part entière mais son fondement identitaire et son inscription dans notre communauté politique passe, plus que jamais, par une exposition médiatique croissante.

De manière générale, la critique morale fait apparaître le caractère « anxiogène » de l'espace public sur les « mondes vécus ». C'est sans doute ici la caractéristique la plus prégnante d'un espace public en pleine recomposition. Il est, à cet égard, troublant de constater combien les débats publics de nos démocraties libérales se sont progressivement polarisés, depuis une quinzaine d'années, sur les thèmes de la « peur », du « risque », de la « menace » ou encore dernièrement en France à travers le « déclin » et la « chute ». Or, la crise de nos démocraties se traduit notamment par la réaction de plus en plus fréquente qui consiste à revendiquer le droit de fermer les yeux sur ce qui se passe. Elle est adoptée par une fraction croissante de citoyens, désabusés, qui se tiennent volontairement à l'écart des enjeux d'un débat public perçu comme inutile, redondant et ennuyeux. Autrement dit, cette posture revient à se protéger *soi-même* face à *ce-qui-arrive*. Si cette aspiration croissante, individuelle et collective, à la *protection*, dans ce monde global et désenchanté, n'a jamais été aussi forte, elle risque, désormais, d'affecter durablement la vitalité démocratique et son esprit public.

³¹ HABERMAS Jurgen, *L'espace public*, Payot, 1978, op., cit