

La censure invisible de Pascal Durand

Pascal Durand est né le 2 octobre 1960. Il est professeur ordinaire à la Faculté de Philosophie et Lettres de l'Université de Liège, où il enseigne dans les deux domaines de la sociologie des institutions culturelles et des théories critiques de l'information.

Également homme politique, il est cofondateur en 2008 du parti Europe Écologie. Député européen depuis 2014, il est réélu en 2019 sur la liste Renaissance de la République en marche.

Référence : La Censure invisible, Arles, Actes Sud, coll. « Un endroit où aller », 2006.

Pascal Durand donne la définition suivante de la censure : « une forme inacceptable de violence juridique autant que symbolique faite à l'intégrité d'un texte ou à la liberté d'un auteur de se faire entendre ».

D'après l'auteur, ce n'est pas parce que notre pays se dit démocratique qu'il n'utilise plus la censure. Certes, la censure préalable a disparu, mais après publication, des restrictions sont toujours appliquées. Il cite quelques exemples célèbres de censure : de Sade resté dans l'Enfer de la Bibliothèque Nationale jusque sous De Gaulle à Bernard Noël, condamné sous Pompidou, ou encore Peter Handke ou Renaud Camus.

Comment se manifeste la censure ? Notamment par l'interdiction pure et simple d'une œuvre ou par l'expurgation de passages plus ou moins importants. Mais elle peut également prendre des formes plus insidieuses comme les rumeurs, les procès d'intention, ou encore la mise en cause de l'auteur, comme cela a été le cas pour Peter Handke. Sa pièce de théâtre *Voyage au pays sonore ou l'art de la question* a été retirée de la scène où elle était jouée, et une campagne de dénigrement a été menée à l'encontre de son auteur, pour le simple fait qu'il était présent aux obsèques de Milosevic et admirateur du nationalisme serbe.

Durand décrit la « frontière mobile » existante dans nos sociétés entre le tolérable et l'intolérable, entre ce qui peut être objet de débat ou non et ajoute que le principal critère de distinction entre régime totalitaire et démocratique est le degré d'arbitraire du régime de censure.

Il introduit deux notions fondamentales : celle de *démocratie réelle* (démocratie vécue, enracinée dans le réel) et celle de *démocratie formelle* (démocratie du discours). Dans les démocraties, la censure est visible, juridiquement encadrée car confiée aux tribunaux. Elle apparaît en opposition à la censure arbitraire, apanage des régimes autoritaires, qui agit dans l'ombre. Elle est même la plupart du temps particulièrement visible, car médiatisée : « nous n'avons plus de banc d'infamie, mais les médias sont nos modernes bûchers ».

Il existe encore des tentations pour dissimuler le fait de censure, comme l'affaire Renaud Camus en témoigne. Condamné pour propos antisémites dans son ouvrage *La campagne de France*, l'auteur est contraint de retirer les passages litigieux. On a

suggéré alors de pratiquer la « censure des blancs », c'est-à-dire d'ajouter des phrases de suture au texte afin de masquer les ruptures dans le texte dues à la censure. Bien souvent, ces tentatives échouent, en grande partie grâce à la médiatisation des affaires : la censure devient « spectaculaire » dans les régimes démocratiques.

Au-delà du caractère indubitablement médiatique de la censure aujourd'hui, l'auteur souligne l'existence d'une censure **invisible**, que l'auteur distingue de l'autocensure. Elle agit à l'insu de ceux qui l'exercent et de ceux qui la subissent. Sa caractéristique principale est qu'elle n'intervient pas par le biais de l'interdiction de discours ou d'ouvrages, mais par la **surexposition** qu'elle donne à d'autres discours ou d'autres ouvrages. Le moyen de censure est ici de noyer dans la masse un propos que l'on souhaite censurer. Pascal Durand compare le mécanisme de la censure invisible au geste d'un prestidigitateur : ce dernier capte l'attention du spectateur par une manœuvre de diversion pendant qu'il réalise son tour.

L'étude du marché de la librairie permet de faire le constat de l'abondance de discours et de problématiques. L'auteur prend l'exemple des périodes électorales, durant lesquelles on note un afflux en tête de gondole d'ouvrages de journalistes politiques et de politiciens (que Durand qualifie de « denrées périssables »). Ces ouvrages font planer d'après lui une triple menace¹ sur le reste de la production intellectuelle :

- une censure matérielle : trop de place accordée à ces ouvrages, plus de place pour le reste.
- une censure économique : l'imposition d'un modèle commercial dont cette production est le vecteur (l'auteur parle d'opportunité mercantile)
- une censure culturelle : une production de masse entretient l'illusion de la diversité de l'offre, là où l'auteur dit qu'il ne règne que « conformisme et uniformité » et parle d'ouvrages « médiaformatés ».

La production éditoriale, en abolissant l'équilibre entre valeur intellectuelle et valeur vénale, fait peser une censure invisible sur bon nombre d'auteurs et de productions intellectuelles.

Une autre censure est véhiculée par ces essais préformatés : le formatage du lectorat, par la généralisation de problématiques simplistes, qui le privent de son ouverture d'esprit et de sa disponibilité à recevoir d'autres avis, d'autres idées. Il prend l'exemple du *Da Vinci Code*² : de nombreux débats ont accompagné la sortie de l'ouvrage. Ils portaient notamment sur le fait que le roman débute sur l'affirmation de la vérité de ses sources, trompant ainsi son lecteur aux yeux de certains critiques. Les débats se sont prolongés sur des accusations de plagiat, des plaintes de l'Église catholique... P. Durand s'étonne que rien n'ait été dit sur la qualité littéraire de l'ouvrage. Selon lui, la place prise par ce livre est un indice de la tendance éditoriale à l'aligner sur les blockbusters hollywoodiens et risque d'éclipser d'éventuels romans de meilleure qualité.

¹ Durand parle de « triple censure »

² Dan Brown, *Da Vinci Code*, 2003

Pour Durand, cela est également valable pour nombre de débats, de sondages, qu'il désigne comme des exercices de «ventriloquie sociale organisée». D'après lui, de faux débats avec de fausses oppositions de principe écartent les citoyens des vraies questions. La censure invisible, c'est «l'adoption d'un point de vue par exclusion d'un autre point de vue possible».

L'auteur élargit le champ de la censure invisible à l'ensemble du discours social, et plus particulièrement à la **presse d'information**, dont il analyse le discours comme «médiation» et comme «construction» de l'information. Il souligne la responsabilité des journalistes dans leurs choix, ainsi que le rôle du lecteur, qui doit garder une distance critique par rapport au discours de la presse. Il souligne une nette tendance actuelle à la pression du scoop et au fétichisme du direct.

La thèse de l'auteur est que le discours de presse met en œuvre une censure invisible très puissante, dans la mesure où il **choisit de taire** un nombre considérable de faits. Le journaliste fait des choix non individuels, mais en tant «qu'agent social» formaté par les règles en vigueur dans sa profession :

- perception événementielle du monde
- privilège de la rupture sur la continuité
- réduction des phénomènes sociaux à des tendances sociétales

Durand cite quelques journalistes d'exception qui sortent de cette routine : Albert Londres, Daniel Mermet.

Le problème du discours de presse se situe dans sa position de proximité avec le pouvoir et la classe dirigeante. On devine également entre les lignes la problématique de la concentration de la presse en groupes industriels, et la soumission de la parole à des intérêts privés. L'auteur dénonce une «pensée unique», partagée par l'ensemble des journalistes : il n'y a d'après lui plus de diversité de points de vue, seulement d'infimes différences au sein d'un même concept. Cette doxa n'est pas imposée, mais librement consentie et partagée de manière inconsciente.

Durand distingue la propagande de l'idéologie : la première avance sans masque, impose et exige ; la seconde est masquée, inculque et suggère. Pour l'auteur, la censure invisible est de l'ordre de l'idéologie, «elle produit sans violence le consentement dont elle a besoin pour agir». Il cite Kundera qui écrit : «le principal avantage de la propagande totalitaire sur celle des sociétés libérales, c'est que ceux qui subissaient la première finissaient généralement très vite par n'en plus croire un mot».

Pour expliquer le mécanisme de la censure invisible, l'auteur se réfère à l'idée que tout discours est le produit d'une construction sociale, tout comme l'individu qui n'agit pas hors de son cadre (éducation, cadres sociaux et professionnels). Il cite Shakespeare pour illustrer son propos : «l'œil ne se voit pas lui-même³». Ou encore Sartre à propos de Zola : «Zola, produit de la société qu'il décrit [...] la regarde avec les yeux qu'elle lui a faits⁴».

³ William Shakespeare, Tragédies, Robert Laffont, 1995

⁴ Jean-Paul Sartre, Situations VIII, «Plaidoyer pour les intellectuels», Gallimard, 1972

Durand mobilise ensuite Bourdieu, pour affirmer que toute censure est structurale, dans la mesure où tout discours est normé. La norme est la condition de son expression et de sa recevabilité : « parler, c'est mettre les formes »⁵.

Pour Durand, il y a un problème dans le fait que c'est par le biais de cette parole normée (censurée) que l'opinion se construit et réagit (le vote par exemple).

On observe un alignement du discours politique sur le discours médiatique, un pouvoir du média sur l'action politique, qui adopte les codes du monde journalistique.

L'auteur cite quelques groupes de presse comme Lagardère, Bouygues ou Dassault et soulève le problème de la liberté d'expression dans le système actuel, de la conception même du rôle des médias dans la diffusion de l'information. Il cite P. Le Lay, pour qui « TF1 a pour fonction de vendre à Coca-Cola du temps de cerveau humain » ou encore Serge Dassault, pour qui un journal sert à « faire passer des idées saines ».

Pour l'auteur, l'indépendance des journalistes n'est donc qu'illusoire.

Le summum de la censure invisible, c'est la soumission de l'ensemble de la presse à une seule opinion. C'est pour Durand ce qui est en cours, notamment avec l'apparition des titres de presse gratuite, qu'il désigne comme des « sacs à pubs », et qui ne présentent qu'une information « conforme » interchangeable et pauvre (des dépêches AFP, sans analyse).

Il cite Bernard Noël et sa fameuse « **sensure** », « forme la plus subtile du lavage de cerveau car elle opère à l'insu de sa victime⁶ » : elle ne porte en effet plus sur les mots, mais sur leur sens. On est tenté de penser à 1984 de G. Orwell, dans lequel la Novlangue réduit peu à peu le nombre des mots utilisables, ainsi que leur polysémie ce qui réduit leur charge sémantique.

Comment inverser le mécanisme de la censure invisible ? Durand apporte une réponse en plusieurs temps à cette question :

- en appliquant la loi tout d'abord, c'est-à-dire en ne délivrant une carte de presse qu'aux personnes qui tirent leurs revenus de l'activité journalistique. Selon lui, si la loi était appliquée, beaucoup de journalistes vedettes perdraient leur carte professionnelle. Il souhaite également que l'on interdise aux journalistes de couvrir une manifestation intéressant directement ou indirectement son employeur (ou les intérêts de celui-ci). Il prône la création d'un Conseil Supérieur des Médias, composé de journalistes élus, d'intellectuels et de citoyens. Enfin, il ajoute qu'il faudrait favoriser les médias non commerciaux, supprimer les subventions aux médias privés et casser les monopoles médiatiques.
- en développant des médias alternatifs, notamment sur Internet (c'est déjà un peu le cas) : il faut selon lui encourager une « réappropriation démocratique de l'information ».

En conclusion, Durand affirme la nécessité de **reconquérir le temps médiatique** : l'accélération du rythme de l'information a des effets néfastes. L'information sensation

⁵ Pierre Bourdieu, Questions de sociologie, article Censure, Minuit, 1980

⁶ Bernard Noël, Le Château de Cène, Gallimard, 1992

est privilégiée, aux dépens de la réflexion critique. Actuellement, l'information est un jeu de concurrence entre médias : le but n'est pas de donner à réfléchir, mais de donner à voir le plus vite possible et avant les autres. L'information est «une marchandise à placer rapidement sur un marché concurrentiel» ce qui témoigne bien du passage de nos sociétés depuis les années 1990 à l'économie de la connaissance, trait définitoire de la société de la connaissance.

Tout changement ne pourra intervenir que par le biais d'un choix de société, d'une décision politique.