

Les nouveaux chiens de garde de Serge Halimi

Il est paru pour la première fois en 1997 et a été actualisé en 2005. Le titre de l'ouvrage fait référence à l'ouvrage de Paul Nizan, *Les chiens de garde*, publié en 1932. Dans ce pamphlet, Paul Nizan met en cause quelques-uns des philosophes les plus connus de l'époque (notamment Bergson et Brunschvicg), accusés d'incarner une philosophie idéaliste ne prenant pas en compte la misère de l'homme. Pour Nizan, la réflexion philosophique doit être mise au service du prolétariat et doit servir à lutter contre les « chiens de garde » de la classe bourgeoise.

Serge Halimi porte son étude sur les médias, et plus particulièrement sur la collusion entre les pouvoirs médiatiques, intellectuels, économiques et politiques.

Serge Halimi propose une réflexion focalisée sur la presse, qui devrait être selon lui un contre-pouvoir. Il lui reproche une trop grande connivence avec le pouvoir, servant les intérêts d'une petite partie du corps social (la classe dominante) et oubliant la mission critique assignée aux journalistes.

L'auteur fait référence à J. Benda¹, qui soulignait la tendance des écrivains à rechercher les honneurs dispensés par la bourgeoisie, et établit des éléments de comparaison avec les journalistes d'aujourd'hui qui cherchent à avoir des rapports privilégiés avec les décideurs politiques et économiques. Il les taxe « d'appariteurs de l'ordre ». Selon lui, les journalistes vedettes sont devenus dépendants du succès et de l'exposition médiatique. Ils publient des livres sur les coulisses du pouvoir, se mettent en scène et délaissent l'information au sens propre.

Il fixe le basculement des médias dans la société de l'information au moment où la censure n'a plus eu besoin d'être appliquée, mais qu'elle s'est installée toute seule (chute du bloc soviétique, victoire de l'économie de marché).

Il existe d'après lui deux « pseudo » preuves de la nature de contre-pouvoir du journalisme (pseudo parce que fausses ou illusoire) :

- le fait que des journalistes meurent pour couvrir des événements médiatiques
- l'existence de chartes de déontologie du métier de journaliste

Pour Halimi, il est illusoire de penser que la presse représente toujours un contre-pouvoir parce que l'information est devenue une marchandise comme les autres. Achetable, vendable, périssable. L'information n'est utile que tant qu'elle génère du profit (ex non tiré du livre : couverture médiatique absolue de l'accident nucléaire de Fukushima en 2011, suivie par un silence médiatique depuis).

¹ Julien Benda, *La trahison des clercs*, 1927.

Pourquoi laisse-t-on un domaine aussi important que l'information aux mains d'une profession, sans contrôle, sans règles ? D'après l'auteur, le journaliste n'est pas libre, il est dépendant de son patron : « on se rêvait l'héritier de Bob Woodward, on est le tâcheron de Martin Bouygues ».

Halimi structure son analyse autour de 4 axes principaux, décrivant les errances des médias d'aujourd'hui :

1. Un journalisme de révérence
2. La prudence devant l'argent
3. Un journalisme de marché
4. Un univers de connivences

1. Un journalisme de révérence

Dans cette partie, l'auteur souligne les liens étroits entre pouvoir et médias. Il se demande si les choses ont changé depuis les années 1960, époque où Alain Peyrefitte, alors ministre de l'Information, convoquait les journalistes pour leur donner ses instructions pour le journal télévisé. D'après les journalistes, oui. Pour l'auteur, pas vraiment : il donne une série d'exemples pour démontrer que le pouvoir garde un contrôle étroit sur le monde journalistique. En 1996, Christine Ockrent est licenciée du journal *l'Express* pour avoir déplu à Jacques Chirac. Cela fit jurisprudence.

Halimi dénonce les rapports de séduction et de dépendance entre journalistes et hommes politiques. Il cite un article du journal britannique *The Guardian* de 1993 indiquant : « En France, les journalistes sont souvent trop proches de ceux sur qui ils écrivent » ou pointe encore la collusion extrême des médias avec la politique lorsque le président de la République choisit d'être interrogé par deux femmes de ministres en exercice.²

2. La prudence devant l'argent

L'auteur souligne l'imbrication croissante des médias et des puissances de l'argent. D'après lui, la situation actuelle correspond peu ou prou à un retour à la III^e République, à laquelle le Conseil national de la Résistance voulait mettre fin pour garantir « la liberté de la presse et son indépendance à l'égard de l'État et des puissances d'argent ». Mais force est de constater que quelques groupes monopolisent la presse française (Bouygues, Havas...)

Halimi cite un fait divers, cristallisant selon lui cette « prudence devant l'argent » : le décès de Francis Bouygues en 1993. Le journal de TF1 consacre 25 minutes à l'évènement et met en scène l'émotion de ses journalistes. Autre exemple : l'étrange

² Allusion à l'interview de François Mitterrand par Anne Sinclair et Christine Ockrent en avril 1992.

lien entre les personnes invitées au journal télévisé de TF1 et les objectifs financiers et commerciaux de l'entreprise Bouygues. Le choix des reportages révèle également la volonté de mise en valeur de l'entreprise, plus que le souci de rendre compte de manière critique et exhaustive de l'information.

Dans cette démarche de construction de l'information autour des intérêts privés d'un groupe industriel, Halimi cite le rôle de caution joué par certains intellectuels, comme Bernard Henri Lévy.

3. Un journalisme de marché

Cette caractéristique s'ajoute à la révérence des médias face au pouvoir et à la prudence devant les puissances de l'argent. Halimi constate l'étroitesse du pluralisme et la généralisation d'une pensée conforme, qu'il va jusqu'à qualifier de *pensée unique*. Qu'entend-il par pensée unique ? Elle n'est pas neutre, c'est la pensée des marchés, l'idéologie libérale, qui tire sa crédibilité des grandes institutions économiques internationales comme le FMI ou l'OMC, jugées « objectives ».

Pour l'auteur, les journalistes se font le relais de la pensée libérale, qui veut que la rentabilité prenne systématiquement le pas sur l'utilité sociale. C'est pour lui la victoire de l'argent sur le politique.

Le journalisme de marché se définit aussi par sa tendance à tout rapporter à l'économie (*économisme obtus*) et à éviter les vrais débats. L'illustration parfaite de cette caractéristique est pour lui l'unanimité des médias au moment d'événements comme le traité de Maastricht, les accords du GATT ou la guerre du Golfe. Là où il aurait fallu de vrais débats, les citoyens n'ont entendu qu'une seule voix.

D'après Halimi, la pensée libérale souhaiterait restreindre le débat aux seules questions de société (comme la violence, la famille, la télévision, le racisme...) Pour l'économie, il faut « laisser les marchés faire leur travail ». Pourtant, il parle de *souveraineté limitée* pour les hommes politiques, qui voient leur domaine d'intervention amputé d'une bonne partie de son étendue.

Il pose une question polémique : peut-on encore être journaliste aujourd'hui si l'on n'est pas partisan du néolibéralisme ? La presse n'est plus un contre-pouvoir mais accompagne les décisions de la classe dirigeante en faisant preuve, au mieux, de pédagogie.

4. Un univers de connivences

Pour Halimi, le cercle des journalistes ou intellectuels qui ont le pouvoir en France se limite à une trentaine d'individus qui tirent leur légitimité non pas de leur travail ou de leur savoir-faire, mais de leur présence médiatique continue. Alain Minc qualifie cette connivence de « cercle de la raison » quand Alain Touraine parle de « cercle du réel et du possible ».

L'auteur cite Régis Debray³ : « quarante médiocrates (au grand maximum) ont pouvoir de vie ou de mort sur quarante mille auteurs. [...] Pour les travaux des uns et des autres, ils constituent le sas à passage obligatoire séparant l'événement du non-événement, l'être du néant, l'utile de l'absurde. »

En conclusion, Halimi souligne l'omniprésence des médias, la docilité des journalistes, la piètre qualité de l'information et sa tendance à se dégrader toujours un peu plus. D'après lui, les journalistes se sont coupés du reste de la société en se rapprochant autant du pouvoir politique que du pouvoir économique. Ils ont perdu tout crédit. L'auteur invite le lecteur à une prise de distance lucide par rapport à ce qu'il appelle « la machine à propagande de la pensée de marché ».

³ Régis Debray, *Le pouvoir intellectuel en France*, Ramsay 1979.