

Voyage dans l'industrie des médias

Partage international n° 221 - Février 2007

Interview de Jeff Cohen par Cher Gilmore

Jeff Cohen a fondé FAIR (Fairness and Accuracy in Reporting - Honnêteté et exactitude dans l'information) en 1986, un observatoire des médias aux Etats-Unis. Il est devenu depuis conseiller technique auprès des trois principales stations câblées d'information (Fox, CNN et MSNBC). Il écrit dans de nombreux organes de presse, dont The Washington Post, USA Today... Enfin, il a co-signé plusieurs ouvrages sur le fonctionnement et l'éthique des médias.

Cher Gilmore l'a interviewé pour Partage international.

Partage international : *Vous dites que l'ensemble des grands médias américains sont les instruments des entreprises les plus puissantes du pays. Combien d'entre elles, et lesquelles, possèdent leurs chaînes d'information ?*

Jeff Cohen : Il y a, fondamentalement, cinq sociétés qui dominent la télévision : CBS/Viacom, qui s'est récemment séparée en deux sociétés distinctes ; General Electric, qui possède NBC, CNBC, MS NBC, et est actionnaire de History Channel ; Disney, qui détient ABC ; Time-Warner, propriétaire de CNN et HBO ; enfin, Rupert Murdoch, qui collectionne les chaînes et les journaux : 20th Century Fox, *New York Post*, *The Times* et *The Sun* en Grande Bretagne, et bien d'autres sur le reste de la planète. Pour la radio, il y a un acteur dominant - Clear Channel Communications ; pour la presse écrite, the Tribune Company, avec une poignée d'autres sociétés. Dressez la liste des 12 principales sociétés de médias aux Etats-Unis, et vous aurez la presque totalité de l'activité de ce secteur dans le pays.

PI. *Est-ce également le cas en Europe ?*

JC. L'ensemble des médias européens va dans cette direction. Le pire se trouve en Italie. L'ancien premier ministre détenait les trois principales chaînes privées. Et lorsqu'il était au pouvoir, il exerçait une forte influence sur les trois chaînes publiques. C'est une situation que nous n'avons pas encore connue aux Etats-Unis. A certains égards, la

situation en Europe de l'Ouest est pire qu'ici ; mais ils ont sur nous l'avantage de disposer d'un puissant service public - où les journalistes peuvent gagner très bien leur vie, que ce soit à la télévision ou à la radio. Car le secteur public y recueille une très large audience, à la différence du cas américain.

Le pouvoir et l'argent

PI. *Vous écrivez que l'industrie des médias n'a même pas pour but de présenter des nouvelles objectives...*

JC. Je le pense, en effet. Les intérêts commerciaux ont toujours dominé les médias, dans ce pays. Mais auparavant, ces intérêts étaient ceux d'une multiplicité de sociétés, dont souvent les dirigeants investissaient dans les journaux parce qu'ils y croyaient. Aujourd'hui, le secteur est sous l'emprise de ces immenses conglomerats dont, au cours de ces vingt ou trente dernières années, la soif de profit s'est intensifiée, qui ont augmenté leurs pressions sur le monde politique et mènent une lutte à mort contre tout ce qui ressemble à un syndicat. On est loin, aujourd'hui, de ce que l'on connaissait il y a quelques décennies, où des entrepreneurs, tout en faisant un profit raisonnable, faisaient des journaux de qualité, au service de la communauté. Une telle éthique est devenue presque obsolète.

Les sociétés propriétaires des médias, aujourd'hui, ne s'embarrassent plus d'aucun scrupule. Elles ont amassé un pouvoir politique immense grâce à leur lobbying particulièrement efficace auprès du Congrès. C'est pourquoi la dernière chose qu'elles veulent, c'est que les journalistes qu'elles paient exposent la corruption qui sévit à Washington ou leur malfaisance. Rien d'étonnant, alors, si l'information, à la télévision, tend vers le style tabloïde - OJ Simpson, les scandales sexuels... Un genre de sujet qui a peu de chances de créer des problèmes au reporter. Ce qui n'est pas le cas si vous vous déclarez franchement contre la guerre en Irak, comme me l'ont appris mes années d'expérience de producteur à MSNBC.

PI. *Autrement dit, tout ce qui les intéresse, ce sont l'argent et le pouvoir ?*

JC. Oui. Je crois que ces sociétés recherchent par-dessus tout le pouvoir. Si vous voulez vous élever au sommet de l'échelle dans un service d'information, mieux vaut montrer vos capacités à servir leur politique, et ne pas faire de vagues. J'appelle cela la « kakistocratie ». Nous sommes tous pour la « méritocratie », un système où l'on n'arrive au

sommet que sur la base de nos compétences et de nos réalisations. Dans les médias détenus par les conglomérats, c'est la kakistocratie qui prévaut, un terme qui signifie littéralement « gouvernement par les pires », où ce sont souvent les gens les moins talentueux, et surtout les moins scrupuleux, qui gravissent le plus vite les échelons. Ils se soucient très peu de journalisme, la plupart du temps. Ils ne s'intéressent qu'à l'audimat - qu'à ne pas déplaire à leurs patrons, à leurs actionnaires. C'est pourquoi ils évitent ou minimisent de nombreux sujets.

PI. *Vous écrivez qu'ils n'ont d'autre but que de distraire les gens, de les endormir de façon à émousser leur esprit critique ?*

JC. Oui. Si vous regardez qui possède les médias, y compris les chaînes d'informations, ce sont pour la plupart des sociétés spécialisées dans la variété, le spectacle. A l'exception d'une seule, General Electric, qui fait partie du secteur militaire. Je ne pense pas aller trop loin en disant que les propriétaires de ces conglomérats sont aussi heureux que nous formions un pays de consommateurs décérébrés - de « cerveaux disponibles » - qu'hostiles à l'idée d'une nation composée de citoyens informés et actifs.

Les médias alternatifs

PI. *Peut-on envisager, à court ou moyen terme, que l'élargissement du choix qu'offre le satellite au téléspectateur, et Internet, entraînent une perte d'audience de ce genre de télévision, y compris pour les chaînes d'informations ?*

JC. L'audience des grandes chaînes d'information se réduit déjà, en particulier pour les programmes de fin de soirée et de nuit. Il existe davantage de chaînes alternatives qu'auparavant, mais elles ont souvent les mêmes propriétaires que les trois poids lourds de l'information - CBS, ABC et NBC. Mais dans mon dernier livre, je parle de l'explosion des médias indépendants, des médias à but non lucratif, ou passant par Internet.

PI. *Internet sera-t-il le principal véhicule pour les progressistes, dans l'avenir ?*

JC. Oui. Sur la Toile, les progressistes sont un peu comme des poissons dans l'eau. Ce n'est pas un hasard s'ils y diffusent plus d'informations que les conservateurs, y lèvent davantage de fonds et y organisent plus de campagnes politiques. Ceux-ci monopolisant depuis des années la parole à la télévision et à la radio, les progressistes se sont emparés de ce nouveau moyen de communication qu'est Internet - qui, de plus, est mieux adapté aux débats et aux processus démocratiques. Quand vous émettez une critique, vous placez un lien vers ce que vous critiquez. Quand vous vous référez à un expert

ou à une étude, vous placez un lien vers leurs sites, et donc vous invitez les gens à se joindre au débat et à vous attaquer. Internet est de nature profondément démocratique. C'est pourquoi il est si en phase avec les progressistes, et n'inspire guère les démagogues. Il ouvre des perspectives extraordinaires qui ont toutes les chances de se concrétiser, pour peu que nous arrivions à le garder gratuit et ouvert.

PI. *Comment, selon vous, protéger les services d'information télévisée de la propagande ?*

JC. Un gouvernement progressiste pourrait rapidement démocratiser et diversifier les médias. Il pourrait réimposer des maxima aux participations d'un individu ou d'une société dans une chaîne ou un journal et, par des mesures fiscales, inciter le contribuable à investir quelques centaines de dollars dans le média alternatif de son choix. Bob McChesney, professeur de communication à l'Université de l'Illinois, a essayé d'imaginer comment déconnecter les salles de rédaction des propriétaires de presse. Il propose de laisser à ceux-ci les profits qu'ils tirent de leurs programmes de spectacle, à condition qu'ils s'engagent à ne pas intervenir dans un ou plusieurs journaux télévisés (JT). Peut-être même en les finançant sans faire appel à la publicité. Il faudrait, bien entendu, mettre au point un arsenal législatif, mais on pourrait très bien imaginer des chaînes privées qui diffuseraient une ou deux heures par jour de journal télévisé à titre de service à la communauté - d'une manière non lucrative. Les 23 heures restantes suffiraient largement à assurer leurs bénéfices.

Couvrir la guerre

PI. *Comment FAIR compte-t-il lutter pour l'honnêteté des médias ?*

JC. FAIR a été fondé pour mettre sur la place publique une démarche critique des médias, démarche menée d'un point de vue progressiste, et qui était restée jusque-là cantonnée dans des cercles restreints et des revues confidentielles. Nous observons les médias en permanence, et soulignons publiquement la manière dont fonctionnent les principaux d'entre eux. Nous avons ainsi révélé, tout dernièrement, l'étroitesse et la partialité de la liste des invités du JT de nuit *News Hour*, de PBS (Public Broadcasting Service), où pour une personne se déclarant pour le retrait de nos troupes d'Irak, il y en avait cinq en faveur de la poursuite de la guerre. Et c'est une chaîne publique ! FAIR réalise l'étude et la met à la disposition du public, obligeant ainsi PBS à répondre.

PI. *Quelle puissance potentielle attribuez-vous aux médias ? Auraient-ils pu, par exemple, empêcher la*

guerre d'Irak, en présentant une information objective et factuelle et en organisant un débat sérieux ?

JC. Sans aucun doute. Si nous avions une presse libre, cette guerre aurait été impossible. Si nos journalistes avaient fait leur travail, s'ils avaient posé sans ménagement les bonnes questions avant que tombent les premières bombes, ils auraient pu arrêter cette invasion. Mais la question, ainsi formulée, n'est pas satisfaisante, suffisante. Ce qu'il faut se demander, c'est non pas s'ils auraient pu arrêter la guerre, mais si elle aurait pu avoir lieu sans eux. Sans le *Washington Post* et les 26 éditoriaux bellicistes qu'il a publiés dans le mois qui l'a précédée. Il me faut aussi citer l'étude fameuse de FAIR sur la question de savoir qui avait la permission de parler sur l'Irak, et qui ne l'avait pas. Durant les deux semaines de février 2003, au moment du discours de Powell au Conseil de sécurité, sur les 393 invités interrogés dans les émissions de nuit sur leurs positions quant à la guerre, trois seulement étaient des opposants. Soit 1%, alors que la moitié du pays était contre. Si la moitié de ceux qui se posaient des questions sur le bien-fondé de cette offensive avaient été représentés, et que, nuit après nuit, on avait eu un véritable débat, je ne peux pas imaginer que l'Amérique aurait envahi l'Irak en mars 2003.

PI. *Alors, que faire ?*

JC. Avant tout, créer des médias indépendants. Tandis que les journalistes battaient le tam-tam, beaucoup de téléspectateurs cherchaient des informations alternatives. Certains se sont même tournés vers la BBC. Ce n'était pas extraordinaire, mais certainement mieux que la télévision américaine. C'est à ce moment qu'ont commencé à paraître des blogs indépendants, comme Daily Kos, Atrios, This Modern World, le blog de l'auteur de bandes dessinées politique Tom Tomorrow. L'audience de l'émission de radio Democracy Now ! d'Amy Goodman, s'est envolée lorsqu'elle est passée aussi à la télévision. C'est également à cette période qu'à démarré le site CommonDreams.org, et qu'il a toujours autant de succès. Ce qu'il faut, donc, c'est mettre en place des médias indépendants, et en parler autour de nous, à nos frères, nos sœurs, nos voisins, nos collègues...

PI. *Ne pourrait-on pas lancer une offensive de front contre les médias, histoire de faire une brèche, une ouverture ?*

JC. Je suis toujours pour une stratégie à plusieurs facettes. C'est bien de faire ce que fait FAIR, et d'essayer d'obtenir quelques ouvertures. Toute ouverture dans une émission vue par deux millions

de téléspectateurs est importante. Il faut également créer des médias indépendants. Mais, troisième de notre trident, notre travail de militant doit aussi avoir un volet politique : nous devons essayer de faire pression sur Washington pour qu'on change les règles du jeu, qu'on permette plus de diversité et de démocratie dans les médias, et qu'on y élargisse le secteur public. Telles sont nos trois principaux axes d'action : ouvrir l'espace médiatique, créer des médias indépendants et à but non lucratif, et changer les règles du jeu.

PI. *Quelles sont les sujets majeurs sur lesquels les grands chaînes privées font l'impasse ?*

JC. Un grand nombre de ces sujets tournent autour de la corruption des grandes sociétés privées. On trouve des articles là-dessus sur la toile, mais on n'en parle presque jamais dans les émissions d'information.

On imagine sans peine ce qui se passerait si les Américains apprenaient que les responsables des deux partis arrosent en douce des intérêts économiques privés, au détriment de la classe moyenne, de la majorité de la population. Celle-ci en ignore tout, et l'on peut être sûr que des émissions sur ce sujet pulvériseraient

l'audimat. Il y a aussi les victimes de la guerre. Les Américains ont perdu plus de 3 000 soldats, mais des centaines de milliers d'Irakiens ont été tués - certains par des compatriotes, mais beaucoup par nos bombes. Des bombes que les médias qualifient parfois de « *smart* » (intelligentes et élégantes), mais qui tuent à l'aveugle des innocents.

Si le peuple américain, avec sa grande faculté de compassion, voyait les conséquences de nos méthodes guerrières, il comprendrait pourquoi il est tant haï. Mais, dans ce pays, on ne peut pas montrer les impacts de la guerre à la télévision. Les responsables refusent. Ce serait pourtant l'un des services les plus importants qu'elle pourrait rendre. D'autres pays en donnent une image bien plus exacte. Ici, faute d'en avoir un compte rendu honnête, celle-ci se réduit à un jeu macho. Les grands médias privés américains, surtout la télévision, aseptisent la guerre. C'est triste, car les médias pourraient servir à éclairer le public, alors qu'ils ne servent guère plus qu'à endormir.

Auteur : Cher Gilmore, collaboratrice de Share International basée à Los Angeles (Californie).

Thématiques : [politique](#)

Rubrique : [Entretien](#) ()