



HAL
open science

La concentration des médias contre la démocratie

Nikos Smyrnaiois

► **To cite this version:**

Nikos Smyrnaiois. La concentration des médias contre la démocratie. La vie des idées, A paraître, 7 p. hal-03926273

HAL Id: hal-03926273

<https://hal.science/hal-03926273>

Submitted on 6 Jan 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La concentration des médias contre la démocratie

Nikos Smyrnaiois

Préprint à paraître dans la revue en ligne *La Vie des idées*, hiver 2023.

Résumé : depuis une vingtaine d'années, l'industrie des médias en France s'est profondément restructurée au profit des grands groupes dont les activités s'étendent dans tout le spectre des industries culturelles et au-delà. Or, la concentration de la propriété dans les médias pose un problème de nature politique car elle constitue une menace pour le pluralisme de l'information et, par extension, pour la démocratie. Le présent article effectue un retour théorique et historique sur les rapports entre pluralisme et concentration médiatique. Il analyse de manière critique le cadre réglementaire en vigueur examine le rôle ambigu de l'internet à la fois en tant que vecteur de pluralisme et facilitateur de concentration. Enfin, Il esquisse quelques pistes de réforme possibles.

Introduction

Un esclandre télévisuel – qui a vu Cyril Hanouna, présentateur d'une émission populaire diffusée sur C8, insulter le député Louis Boyard car celui-ci a critiqué le propriétaire de la chaîne – a rappelé, si besoin était, l'importance et la nature profondément politique de la question de la propriété des médias¹. Quelques mois plus tôt, en septembre 2022, la tentative de rachat de M6 par TF1 avait échoué suite à une décision de l'Autorité de la concurrence². Celle-ci a estimé que ce futur géant de l'audiovisuel constituerait un quasi-monopole dans la publicité, la distribution des chaînes et l'achat de programmes. Le groupe allemand Bertelsmann a renoncé ainsi à vendre M6, probablement jusqu'à la prochaine tentative.

En effet, depuis une vingtaine d'années, l'industrie des médias en France s'est profondément restructurée au profit des grands groupes dont les activités s'étendent dans tout le spectre des industries culturelles et au-delà. Ce qui a conduit en 2021 le Sénat à former une commission d'enquête au sujet des médias qui n'a pu que constater « la prise de contrôle par des capitaines d'industrie (...) extérieurs au secteur, tantôt mécènes, chantres de la convergence ou apôtres de l'exception culturelle française face aux Gafam »³. Les raisons qui expliquent ce mouvement sont multiples mais sont principalement de nature politique et économique. Les raisons politiques sont liées à l'incapacité des institutions à produire un cadre de régulation suffisamment robuste et adapté aux enjeux contemporains. Les raisons économiques découlent de la fragilisation de l'économie des médias dans un contexte de transformation numérique de l'écosystème informationnel.

Cette transformation est concomitante à la montée en puissance de l'oligopole du numérique (Alphabet, Apple, Meta, Amazon, Microsoft, Netflix etc.), qui domine à la fois les circuits de distribution et les sources de revenu⁴. Elle a pour conséquence l'affaiblissement de l'économie de la presse et la stagnation de celle de la télévision linéaire. Ainsi, le projet de fusion entre TF1 et M6 était présenté par ses porteurs comme une réponse française à l'hégémonie croissante des plateformes étatsuniennes comme Netflix, Disney+ ou YouTube. Il s'agit d'une

¹ Cagé J., 2022, *Pour une télé libre contre Bolloré*, Seuil,

² <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiqués-de-presse/tf1m6-lautorite-de-la-concurrence-prend-acte-de-la-decision-de-bouygues-de>

³ https://www.senat.fr/commission/enquete/2021_concentration_des_medias_en_france.html

⁴ Smyrnaiois N., 2017, *Les GAFAM contre l'internet. Une économie politique du numérique*, INA éditions.

idée ancienne, celle des « champions nationaux » qui par le passé n'a fait que produire encore plus de concentration⁵. Or, la concentration de la propriété dans les médias pose un problème de nature politique car elle constitue une menace pour le pluralisme de l'information et, par extension, pour la démocratie.

Dans cet article j'effectuerai un retour théorique et historique sur les rapports entre pluralisme et concentration médiatique. Dans un premier temps je définirai ces deux notions. Puis, je présenterai de manière critique le cadre réglementaire en vigueur et j'examinerai le rôle ambigu de l'internet à la fois en tant que vecteur de pluralisme et facilitateur de concentration. Enfin, en guise de conclusion, j'esquisserai quelques pistes de réforme possibles.

C'est quoi la concentration des médias ?

D'un point de vue juridique, la concentration économique est le résultat d'ententes conclues entre deux ou plusieurs entreprises qui, par voie de fusion, ou par des prises de participations croisées ou encore par le jeu du contrôle qu'exercent leurs dirigeants, parviennent à unifier le centre de supervision de leurs activités. La concentration peut prendre la forme d'une réunion sous un même pouvoir de décision de tout un ensemble d'activités complémentaires qui constituent une chaîne de production. On parle alors d'*intégration verticale*, comme dans le cas du groupe Canal+ qui contrôle à la fois des sociétés de production audiovisuelle (en amont) et des chaînes de télévision qui diffusent les contenus produits (en aval).

La concentration peut aussi prendre la forme de *diversification horizontale* qui consiste en la réunion sous un même pouvoir de décision de sociétés qui produisent des biens ou des services *substituables*, c'est-à-dire assurant une fonction comparable pour l'utilisateur final. À titre d'exemple, les différentes chaînes de télévision du groupe Canal+ (C8, CStar, CNews etc.) constituent des biens substituables car on ne peut consommer leurs programmes simultanément. Cependant, depuis le milieu des années 90, on considère que le champ pertinent pour saisir les logiques de concentration ne se limite pas aux médias audiovisuels et à la presse mais s'étend à l'ensemble des industries culturelles, c'est-à-dire aux activités de production et de commercialisation de biens culturels reproductibles⁶. De ce point de vue, le contrôle par Vivendi du groupe Canal+ dans l'audiovisuel, d'Editis dans l'édition de livres, de Prisma Media dans la presse, de Gameloft dans les jeux vidéo ou de Dailymotion dans la distribution de vidéo en ligne constitue une stratégie de diversification horizontale dans le secteur plus vaste des industries culturelles.

Par ailleurs, l'ensemble de ces mouvements de concentration s'opère dans un environnement économique caractérisé par un degré élevé de financiarisation. La financiarisation désigne la montée de la participation d'acteurs financiers divers, souvent sans lien avec l'activité d'origine, au sein du capital des groupes. De cette configuration découlent des montages complexes (*holdings, trusts, sociétés off-shore* etc.) ainsi qu'une gestion visant à maximiser les

⁵ Forest D., 1997, « La stratégie des "champions nationaux" sur le marché français de la télévision numérique », *Quaderni*, n°32, p. 7-14.

⁶ Bouquillion P., 2005, « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, vol. no 131, no. 3, p. 111-144.

dividendes pour les actionnaires. En France, la financiarisation de l'économie a permis la création des conglomérats contrôlant à la fois des médias et des entreprises dont les activités n'ont rien à voir avec les industries culturelles (l'aviation militaire pour le groupe Dassault, les BTP et les télécoms pour le groupe Bouygues, les télécoms pour le groupe Altice et la holding de Xavier Niel, les produits de luxe pour LVMH etc.). Dans ce cas de figure on parle également de *concentration diagonale*, regroupant des activités sans liens de nature industrielle.

Le pluralisme dans la théorie démocratique et les effets de la concentration

La conception libérale de l'État-nation moderne – ou même d'entités supranationales à plus grande échelle comme l'Union européenne – est tacitement ou explicitement fondée sur l'existence d'un *espace public* dans lequel les citoyens s'informent et débattent des problèmes communs⁷. Cet espace consiste en une sphère autonome de communication et de médiation entre l'État et la société civile dans laquelle les médias jouent un rôle central. La théorie de l'espace public, notamment développée par le philosophe allemand Jürgen Habermas, prend place dans un corps de doctrine plus large, celui du libéralisme politique, fondé sur le principe kantien de *publicité* (*Öffentlichkeit* littéralement « le fait d'être ouvert »)⁸. Selon cette doctrine le processus d'émancipation des individus ne peut subsister que dans un régime de libre communication de la parole qui permet un usage public de la raison. C'est la libre communication entre les citoyens et leur accès à une information diversifiée et de qualité qui permet l'examen éclairé des arguments et donc le développement discursif de la raison politique. L'espace public se doit ainsi d'offrir la possibilité d'accéder à une multitude de traitements éditoriaux de l'actualité ainsi qu'à des points de vue différents et ceci de manière équilibrée. Ce pluralisme offert au public est une condition *sine qua non* de l'adhésion des citoyens au jeu démocratique.

Ainsi, le fonctionnement matériel et concret de l'espace public conditionne la réalisation de cet idéal. Autrement dit, l'exercice de la citoyenneté est tributaire de l'économie politique des médias. Celle-ci comprend des mécanismes socio-politiques et économiques de répartition des ressources communicationnelles comme la parole publique, la capacité à cadrer des faits sociaux et à rendre visibles les idées. Ces ressources constituent un pouvoir de nature politique. L'idéal-type d'un espace public pluraliste et démocratique implique donc la distribution la plus égalitaire possible à travers la société de l'accès aux moyens de communication permettant l'expression publique. Or, la concentration de la propriété des médias exacerbe les inégalités dans la distribution des ressources communicationnelles en faveur d'un petit nombre de groupes sociaux restreints ou d'hommes d'affaires, qui les cumulent avec des ressources matérielles considérables.

À titre d'exemple, Bernard Arnault, propriétaire des Échos, du Parisien ou encore de Radio Classique se trouve être l'un des trois hommes les plus riches du monde et la première fortune de France avec un patrimoine estimé à 149 milliards d'euros en 2022. Ses journaux ont par

⁷ Grispuud J., Hallvard M., Molander A., Murdock G., (ed.), 2010, *The Idea of the Public Sphere. A Reader*, Lexington.

⁸ Cefai D., 2017, « Publics et publicité : vers une enquête pragmatiste », *Politika*, 24 mai.

ailleurs été les premiers bénéficiaires d'aides publiques à la presse avec plus de 15 millions d'euros pour 2021⁹. Suivant le raisonnement précédent, on peut considérer qu'une telle concentration de pouvoir économique et médiatique constitue une distorsion de l'espace public car elle offre des ressources communicationnelles disproportionnelles à cet homme d'affaires, déjà doté de moyens extraordinaires, pour promouvoir les intérêts de son entreprise, en l'occurrence le groupe LVMH, et défendre ses idées politiques et les intérêts collectifs de sa propre classe sociale. La concentration des médias rend ainsi possibles des opérations d'influence de grande envergure, qui obéissent tout autant à des stratégies industrielles, à des intérêts financiers qu'à des objectifs politiques et idéologiques. La propulsion de la candidature d'Éric Zemmour aux élections présidentielles de 2022 par les médias de Vincent Bolloré en est un exemple flagrant.

Les mesures anti-concentration et en défense du pluralisme

Les effets néfastes pour la démocratie de la concentration des médias et de l'emprise du pouvoir économique sur le journalisme à l'ère moderne ont été observés très tôt, dès les premières années de l'industrialisation de la presse. C'est ainsi que, au début du 19^{ème} siècle, Honoré de Balzac dans *Illusions perdues* (1837-1843) s'attaque à la mainmise des intérêts économiques sur le journalisme et notamment sur la critique littéraire¹⁰. Quelques décennies plus tard, Émile Zola dans *L'Argent* (1891) dresse un portrait au vitriol des journalistes dociles au service d'industriels et de financiers qui ont pris le contrôle de la presse dans le contexte du laisser-faire économique de l'époque. Cette critique se poursuit au début du 20^{ème} siècle contre « l'abominable vénalité de la presse française », soumise à l'influence du grand capital¹¹.

Après la débâcle de l'occupation qui a vu la quasi-totalité de la presse, détenue par des industriels et des financiers, collaborer avec les nazis et le régime de Vichy, l'ordonnance du 26 août 1944 met en place le premier cadre réglementaire qui prévoit des mesures anti-concentration. Celui-ci, inspiré du programme du Conseil National de la Résistance, a comme objectif explicite de « libérer la presse des puissances d'argent »¹². Ses articles 7 et 9 interdisent toute forme de concentration, une même personne ne pouvant être propriétaire de plus d'un journal. Le décret de 1944 restera en vigueur jusqu'en 1986, bien qu'en grande partie abandonné en raison d'un manque de volonté politique claire. En effet, il n'empêchera pas la constitution de grands groupes de presse comme Hachette, Amaury et surtout Hersant dans les années 70.

La création des médias audiovisuels privés dans les années 80 appellera la mise en place d'un nouveau cadre réglementaire avec les lois de 1986 sur le régime des entreprises de presse et la liberté de communication. Ce dispositif spécifique au secteur s'articule schématiquement

⁹ <https://data.culturecommunication.gouv.fr/explore/dataset/aides-a-la-presse-classement-des-titres-de-presse-aides/information/?disjunctive.annee>

¹⁰ Berthier P., 2008, « La critique littéraire dans « Illusions perdues » », *L'Année balzacienne*, vol. 9, no. 1, 2008, p. 63-80.

¹¹ Martin M., 2006, « Retour sur « l'abominable vénalité de la presse française » », *Le Temps des médias*, 6, p. 22-33.

¹² <https://www.acrimed.org/Petite-histoire-des-ordonnances-de-1944-sur-la>

autour de trois volets¹³. Le premier volet concerne des seuils au niveau national et local fixés par la loi interdisant un certain niveau de diffusion, de couverture de la population ou de détention capitalistique. Le deuxième volet prévoit une procédure d'agrément que doit obtenir tout éditeur de services de télévision ou de radio détenteur d'une autorisation de diffusion. Enfin, le troisième volet concerne des seuils de détention capitalistique applicables aux personnes morales et physiques extra-européennes. Le contrôle de ces limitations est assuré par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom, anciennement Conseil Supérieur de l'audiovisuel).

Une autre mission de l'Arcom est de veiller au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion à la télévision et à la radio, et en particulier dans les émissions d'information politique et générale. Cette obligation de pluralisme interne (à l'intérieur d'un même support) découle du nombre de canaux hertziens limité qui, de fait, restreint le degré de pluralisme externe (entre une pluralité de supports). Pour cela, l'autorité effectue un décompte quantitatif du temps de parole des différentes formations politiques dont les règles précises sont définies par une délibération de 2017¹⁴. Enfin, les opérations de concentration dans le secteur des médias dépassant certains seuils de chiffre d'affaires sont soumises à un contrôle de droit commun réalisé par l'Autorité de la concurrence, qui poursuit l'objectif de bon fonctionnement des marchés. Il s'agit notamment d'éviter les abus de positions dominantes et de favoriser la compétition.

Un dispositif anti-concentration insuffisant et inadéquat

Ces évolutions appellent plusieurs remarques. D'abord, il est clair que les pouvoirs publics ont complètement renoncé à l'objectif principal de l'ordonnance de 1944 visant à « libérer la presse des puissances d'argent ». Aujourd'hui, il est implicitement admis que seules les très grandes fortunes peuvent contrôler les principaux médias du pays. Ensuite, progressivement, à travers les différentes révisions de la loi de 1986, les règles anti-concentration ont délaissé la sauvegarde du pluralisme politique au profit d'une régulation de la concurrence. C'est ainsi que la structure qui joue un rôle clé dans les procédures de fusion-acquisition est davantage l'Autorité de la concurrence que l'Arcom¹⁵. À titre d'exemple, l'abandon du projet de rachat de M6 par TF1 a été motivé en réalité uniquement par des critères de marché (risque de position dominante dans le marché de la publicité et de la production audiovisuelle). L'avis de l'Arcom à ce sujet est particulièrement intéressant : alors que le terme pluralisme y est mentionné vingt fois, aucune définition politique de son contenu n'est donnée¹⁶. Tout au plus

¹³ Inspection générale des finances, *La concentration dans le secteur des médias à l'ère numérique : de la réglementation à la régulation*, mars 2022.

¹⁴ <https://www.csa.fr/Reguler/Espace-juridique/Les-textes-adoptes-par-l-Arcom/Les-deliberations-et-recommandations-de-l-Arcom/Recommandations-et-deliberations-du-CSA-relatives-a-d-autres-sujets/Deliberation-n-2017-62-du-22-novembre-2017-relative-au-principe-de-pluralisme-politique-dans-les-services-de-radio-et-de-television>

¹⁵ Dans certains cas c'est à l'échelle européenne que ce type de problème est traité, comme dans le cas du rachat de Lagardère par Vivendi. Mais la Commission européenne, à l'heure actuelle, ne questionne que les effets d'une telle fusion sur la concurrence et non pas sur le pluralisme politique. Voir <https://actualitte.com/article/108936/droit-justice/hachette-editis-vivendi-n-echappera-pas-a-l-enquete-appfondie>

¹⁶ Avis de l'Arcom à l'Autorité de la concurrence sur le projet de prise de contrôle du groupe Métropole Télévision par le groupe Bouygues, avril 2022.

il est mentionné un risque de réduction de la diversité des « programmes d'information », considérés comme un genre particulier qui contribue par essence au débat démocratique.

Or, les garanties du pluralisme politique réel de ces programmes sont faibles. Elles sont essentiellement fondées sur un système de décompte de la parole des personnalités politiques dans les médias basés sur leur affiliation à des partis reconnus par les institutions. Autrement dit, l'Arcom assimile le pluralisme politique dans les médias à la représentation équitable du système partisan, ce dernier apparaissant ainsi comme le seul terrain d'expression légitime du débat démocratique. Il n'y a pour ainsi dire aucune prise en compte d'un pluralisme fondé sur la diversité des idées et des visions du monde qui échapperait à l'expression partisane ou sur la représentation des groupes et classes sociales aux intérêts antagonistes. Depuis 2009, il existe bien un « baromètre de la représentation de la société française » effectué annuellement par l'Arcom. Celui-ci constate les déséquilibres flagrants dans la présence des différentes catégories sociales à la télévision, qui tendent parfois à s'aggraver comme le montre le dernier baromètre concernant la sous-représentation des personnes perçues comme non blanches¹⁷. Mais aucune mesure contraignante n'est prévue pour corriger ces asymétries. Par ailleurs, le décompte du temps de parole est essentiellement formel. Ainsi, il est facile pour les chaînes de télévision et de radio de le contourner, par exemple en diffusant la parole de certaines formations à des heures de très faible écoute ou en diffusant massivement des émissions de plateau biaisées, avec des éditorialistes très politisés mais dont le temps de parole n'est pas décompté par l'Arcom¹⁸.

Enfin, les règles anti-concentration de l'Autorité de la concurrence se limitent à un examen des fusions et acquisition dans un périmètre de « marché pertinent » où s'exerce une compétition directe entre services substituables (p.ex. entre chaînes de télévision ou journaux quotidiens). De ce fait, il ne prend pas en compte des effets de concentration dans le secteur global des industries culturelles, qui peuvent générer des avantages disproportionnés, entre autres à travers des pratiques de promotion croisée (p.ex. un auteur publié par une maison d'édition et invité systématiquement sur les plateaux de télévision appartenant au même groupe), mais aussi nuire au pluralisme politique¹⁹. Ce cadre réglementaire ne considère pas non plus les effets négatifs de la concentration diagonale, pourtant amplement documentés, qui voit les médias appartenant à un conglomérat industriel censurer les critiques envers ses autres activités.

L'illusion du pluralisme numérique

Ce cadre législatif, largement insuffisant, n'a pas été réformé pour faire face aux enjeux actuels. Ceci est justifié en partie par l'arrivée de l'internet grand public au début des années 2000. L'architecture distribuée et interactive de ce nouveau support de communication, par opposition à la nature centralisée et unidirectionnelle de la diffusion hertzienne, donna lieu à des prédictions optimistes quant à ses effets sur le renforcement du pluralisme de l'espace

¹⁷ Arcom, La représentation de la société française à la télévision et à la radio - Exercice 2021 et actions 2022, juillet 2022.

¹⁸ <https://www.acrimed.org/LCI-et-CNews-contre-le-pluralisme>

¹⁹ Pour un exemple de censure de ce type voir <https://actualitte.com/article/107847/edition/editis-le-livre-coecrit-par-guillaume-meurice-suspendu-ou-censure>

public et la régénération de la démocratie²⁰. Or, en France, ces arguments seront utilisés pour justifier une rupture dans le discours des gouvernants qui, à partir de 2007, renieront définitivement l'esprit de l'ordonnance de 1944²¹. Le raisonnement, déjà présent dans plusieurs rapports officiels mais formulé et promu explicitement sous la présidence de Nicolas Sarkozy, est le suivant : puisque l'internet rend possible « naturellement » un pluralisme quasi-illimité, alors il n'y a plus besoin d'un cadre réglementaire anti-concentration contraignant pour la presse et l'audiovisuel. Au contraire, il faut favoriser la constitution des groupes français puissants, les fameux « champions nationaux », capables de résister à la crise et à la concurrence internationale. Au passage, il s'agit de desserrer le dispositif anti-concentration et accroître la dépendance des groupes de presse envers les aides publiques²².

Or, l'argument du caractère « naturel » du pluralisme numérique est fallacieux à plus d'un titre. D'abord dès le milieu des années 2000, des recherches empiriques sur des données de grande taille ont démontré la nature ambivalente de l'internet dans son rapport au pluralisme médiatique²³. Si, indéniablement, le niveau de variété éditoriale offerte en ligne est très élevé, l'agenda médiatique qui en résulte n'est pas pour autant équilibré, bien au contraire. Il y a en effet une dichotomie permanente entre l'ultra-médiatisation de certains sujets redondants, massivement couverts, et la faible dissémination de sujets originaux à visibilité réduite. Par ailleurs, si des milliers de sources très diverses co-existent en ligne, offrant ainsi un pluralisme réel, la consommation des contenus de la part de la grande majorité du public se concentre sur un petit nombre de sites, appartenant aux principaux groupes médiatiques français et appliquant une stratégie productiviste de maximisation de l'audience²⁴.

Ces logiques de concentration de l'audience en ligne se renforcent en raison des rapports privilégiés établis par ces médias dominants avec l'oligopole du numérique, en particulier Meta (Facebook) et Alphabet (Google), qui contrôle les canaux de distribution de l'information en ligne²⁵. À cela s'ajoutent les efforts permanents d'une multitude d'acteurs aux intérêts particuliers d'influencer l'opinion publique par des moyens détournés, les biais cognitifs de la réception et les logiques algorithmiques qui ont tendance à renforcer les opinions et croyances des utilisateurs en leur recommandant des contenus en adéquation avec leurs préférences.

²⁰ Benkler Y., 2009, *La richesse des réseaux : marchés et libertés à l'heure du partage social*, Presses universitaires de Lyon.

²¹ Cabedoche B., Damian-Gaillard B., Rebillard F., Smyrnaiois N., 2011, « Mutations de la filière presse et information », in Philippe Bouquillion, Yolande Combès (dir.), *Diversité et industries culturelles*, L'Harmattan, Paris, p. 77-114

²² Ce qu'a fait N. Sarkozy suite aux États généraux de la presse organisés en 2008 <https://www.lesechos.fr/2009/01/presse-ecrite-sarkozy-detaille-les-conclusions-des-etats-generaux-472333>

²³ Smyrnaiois N., Marty E., Rebillard F., 2010, « Does the Long Tail apply to online news? A quantitative study of French-speaking news websites », *New Media & Society*, Vol. 12, n° 8, p. 1244-1261.

²⁴ Marty, E., Smyrnaiois, N., Pouchot, S., Touboul, A. & Damian-Gaillard, B., 2013, « Appréhender le pluralisme de l'information sur le web français : le projet de recherche Ipri » in Franck Rebillard, Marlène Loicq, (dir), *Pluralisme de l'information et media diversity: Un état des lieux international*, De Boeck Supérieur, Louvain-la-Neuve, p. 189-209

²⁵ Nikos Smyrnaiois, Franck Rebillard, 2021, « En France comme en Australie, l'information à l'épreuve de sa plateformisation », *La Revue des médias*, mars <https://larevuedesmedias.ina.fr/france-australie-information-google-facebook-plateformisation>

Comment défendre le pluralisme médiatique ?

Dans les enquêtes d'opinion, une majorité des français ne fait plus confiance au traitement médiatique de l'actualité notamment parce que les journalistes sont perçus comme dépendants à la fois du pouvoir politique mais aussi du pouvoir économique, c'est-à-dire des annonceurs et des actionnaires²⁶. La même méfiance s'exprime envers les médias sociaux, perçus souvent comme source de désinformation et de manipulation. Il est donc urgent de reformer la loi afin de garantir le pluralisme médiatique et défendre la démocratie. Des nombreuses propositions existent à ce sujet²⁷.

Les axes principaux et communs à ces propositions sont la réforme en profondeur des lois de 1986 avec notamment l'abaissement des seuils de concentration et l'élargissement du champ d'application à l'ensemble des industries culturelles et numériques ; la création d'un statut juridique pour les rédactions permettant de garantir leur indépendance et leur participation à la gouvernance de leurs médias ainsi que de limiter tout interventionnisme des actionnaires ; la mise en place de mesures contraignantes obligeant les médias à donner la parole à la société dans toute sa diversité culturelle et sociale ; la réforme des aides publiques à la presse ; la démocratisation des institutions comme l'Arcom et la reconnaissance du rôle de la société civile dans la régulation des médias à travers des organisations non gouvernementales comme le Conseil de déontologie journalistique et de médiation (CDJM) et les associations d'intérêt général.

Il faudrait également déconnecter la politique en faveur du pluralisme des enjeux partisans nationaux afin de la rendre étanche à l'enchevêtrement entre intérêts politiques et économiques. Pour cela, l'échelle européenne semble un niveau d'intervention adéquat comme l'a montré l'adoption récente du Règlement des services numériques (Digital Services Act, DSA), qui limite le pouvoir arbitraire des grandes plateformes numériques. Le projet du European Media Freedom Act (EMFA), qui vise une refonte globale du cadre réglementaire de l'Union européenne, s'annonce à ce titre comme le terrain prioritaire de lutte politique pour imposer la limitation de la concentration des médias et les immixtions éditoriales qui peuvent en découler, qu'elles soient publiques ou privées.

²⁶ <https://www.kantarpublic.com/fr/barometres/barometre-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/barometre-2022-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media>

²⁷ Voir par exemple ce que proposent Julia Cagé et Benoît Huet dans le livre *L'information est un bien public*, les Reporter Sans Frontières et des nombreux collectifs de journalistes comme « Informer n'est pas un délit ».