



HAL
open science

le journalisme politique Libanais dans le champs de Bourdieu

Dima Danawi

► **To cite this version:**

Dima Danawi. le journalisme politique Libanais dans le champs de Bourdieu. Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique, A paraître. hal-04522698

HAL Id: hal-04522698

<https://hal.science/hal-04522698>

Submitted on 9 Apr 2024

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.

Le journalisme politique au Liban à l'avènement d'Internet : Dans le champ de Bourdieu

Pris entre les tenailles des exigences et défis de l'ère du numérique et les allégeances politiques inévitables, le journaliste politique au Liban a pourtant devant lui des alternatives qu'il hésite à choisir ou même semble dédaigner. Ce travail utilise la théorie bourdieusienne du 'champ' pour examiner les changements qui ont affecté le journalisme politique au Liban à l'ère du numérique

Mots clés : audience, rating, champ, journalisme, Liban, Bourdieu

Introduction

Le journalisme politique au Liban se situe à l'intersection de plusieurs « vocations ». Le concept de vocation est ici pris dans le sens de « disposition » ou d'« orientation » et donc de « possibilité » : un journaliste politique au Liban serait activiste, transmetteur d'informations (support neutre), écrivain, politicien, un acteur stratégique qui oriente l'opinion publique. Il s'agit d'un être « en puissance » toujours appelé à devenir « autre chose ». Cette multiplicité de ses rôles se reflète sur les pratiques facilement changeantes, selon les sollicitations externes, d'un métier qui en devient difficile à cerner.

Le contexte libanais est caractérisé par un cadre confessionnel et/ou partisan impactant les institutions médiatiques et les journalistes. Le système politico-confessionnel se partage ainsi les institutions d'information médiatique et les journalistes qui y travaillent, ce partage se faisant selon la confession ou la position partisane selon une logique médiatique libanaise qui fait que les médias sont des outils de propagande.

L'éducation en journalisme est une discipline relativement jeune au Liban, introduite en 1967 par l'université libanaise par la création d'une académie de journalisme qui s'est développée en département. À cette époque, les journalistes politiques constituaient une élite qui détenait le pouvoir d'influencer l'opinion publique. Certains suscitaient l'admiration et apparaissaient comme des modèles à suivre. Des étudiants entamaient des études de journalisme parce qu'ils voulaient leur ressembler et comme eux, devenir célèbres et influents mais aussi détenir des pouvoirs qui parfois les propulsaient du métier tremplin de journaliste en ambassadeur, député, ministre etc...

De nos jours, la situation n'a pas changé, Être journaliste politique surtout confère du poids et de l'éclat au statut de l'individu et lui donne la possibilité de devenir important, riche et puissant. C'est donc toujours dans un vrai contexte de notoriété que les étudiants choisissent la carrière de journaliste politique, avec dans l'esprit l'espoir de devenir un jour comme Ghassan Tuéni par exemple.

Toujours perçu comme le domaine le plus prestigieux de l'exercice du journalisme, le journalisme politique constitue l'objectif ultime, même pour les présentateurs de simples émissions à scandale ou à sensation, qui politisent leur émission en y invitant des acteurs de la sphère politique par exemple. Pour eux, il s'agit de profiter de l'opportunité qui leur est offerte pour devenir journalistes politiques, donc influenceurs d'opinion et ainsi avoir du pouvoir. Le pouvoir de choisir l'information, de contrôler son flux et de sélectionner les angles qui leur sont convenables pour la couvrir. Devenir journaliste politique c'est avoir un pouvoir certain sur l'audience avec l'intention de la guider, voire la manipuler, en l'orientant vers telle ou telle autre opinion.

Avec l'avènement d'Internet, une situation paradoxale va prévaloir sur le champ journalistique libanais. Comme toute technologie nouvelle, le numérique offre des innovations et des opportunités mélioratives mais celles-ci ont des conséquences qui vont peser sur le système de production de l'information. Les réseaux sociaux vont offrir à tous les citoyens une voix indépendante et l'occasion de s'exprimer. Grâce aux ratings, la réalité de l'influence du journaliste sur l'audience va être dévoilée au chiffre près.

Le champ journalistique

Ce travail utilise la théorie bourdieusienne du 'champ' pour examiner les changements qui ont affecté le journalisme politique au Liban à l'ère du numérique. Le concept de champ a été élaboré par le sociologue français Pierre Bourdieu (1930-2002) en tant qu'élément-clef d'un modèle théorique.¹ Bourdieu conçoit le champ comme un espace social formé par des agents de positions inégales en raison de la distribution disproportionnée des capitaux valorisés dans le champ (les

¹ DIRKX, Paul. Champs, *Le Lexique Socius* [en ligne], [consulté le 4 Juillet 2021]. Disponible sur : <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/37-champ>

diplômes universitaires et les compétences spécialisées notamment). Les agents du champ sont en lutte pour maintenir leur position dans le champ ou pour en conquérir une meilleure avec les avantages associés à ces positions. Pour Bourdieu, un champ est constitué par plusieurs corps régulateurs, des règles et des régulations qui influencent les pratiquants et évaluent leurs activités.² Ce cadre théorique s'appuiera sur le champ journalistique chez Bourdieu pour construire le champ journalistique libanais.

Le champ journalistique est un univers qui a ses propres lois. C'est un champ autonome de par son fonctionnement interne. Autrement dit, le champ est doté d'une indépendance relative envers les contraintes externes (religieuses, politiques, économiques) et d'un principe de différenciation de par les spécialisations. Un champ, configuration de positions qui se situent les unes par rapport aux autres, est toujours un espace de conflits et de concurrence pour le contrôle dudit champ.³ Les principaux agents en lutte dans un champ journalistique sont les journalistes et les institutions médiatiques. Ainsi au sein du champ journalistique, l'enjeu des luttes est de savoir qui est en droit de se dire journaliste et de dire qui est journaliste, et aussi de reconnaître la mission du journaliste, et la relation du journaliste avec les autres champs. Il est ainsi important de comprendre que dans un champ journalistique, les médias et les journalistes interagissent entre eux par des rapports de force, d'une part entre les médias eux-mêmes qui se contraignent mutuellement et mesurent leur force par le taux des clients annonceurs, l'acquisition de journalistes prestigieux et leur part générale du marché, et d'autre part entre les journalistes politiques qui estiment leur pouvoir relativement aux capitaux acquis.⁴ Bourdieu identifie quatre types de capitaux : culturel, économique, social et symbolique.

Dans un champ journalistique, chaque agent est en lutte pour une meilleure position liée à son capital accumulé de légitimités spécifiques. En y entrant, l'agent entre de fait dans la lutte généralisée pour le monopole de la définition légitime du *nomos* du champ (croyance dans le bien-

² SCHIRATO, Tony, et al. *Understanding Bourdieu* [en ligne]. Taylor & Francis Group, 2002, [consulté le 23 septembre 2020], p.184. Disponible sur :

<https://ebookcentral-proquest-com.ezsecureaccess.balamand.edu.lb/lib/univbal-ebooks/detail.action?docID=6297457>

³ WAGNER, Anne-Catherine. Champs, *Sociologie* [en ligne]. Juillet 2021, [consulté le 16 septembre 2021], p.50. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/sociologie/3206>

⁴ BOURDIEU, Pierre. Le champ journalistique et la télévision, [en ligne], [consulté le 2 août 2021]. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=I7qlfiERLJU>

fondé de son principe fondateur).⁵ Le champ journalistique est ainsi structuré par un rapport de force où chaque agent occupe une position plus ou moins dominante ou dominée, innovatrice ou conservatrice.⁶ Ceux qui détiennent le plus de capital spécifique au champ sont portés à adopter des positions conservatrices puisqu'ils sont déjà bien investis dans leurs trajectoires; les stratégies de subversion émaneront de groupes concurrents, moins dotés en capital orthodoxe.⁷ Le capital social se traduit par les réseaux de connections que les journalistes possèdent à l'intérieur du champ journalistique. Le capital social, précise Bourdieu dans une brève présentation publiée en janvier 1980 dans un numéro spécial de sa revue consacré à cette notion, est « l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance ; ou en d'autres termes à l'appartenance à un groupe, comme un ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés communes (susceptibles d'être perçues par l'observateur, par les autres ou par eux-mêmes) mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles. »⁸ Il apparaît que le capital social du journaliste repose sur des intérêts communs qu'il partage avec les composantes humaines de son réseau.

Le **capital économique** (revenus et patrimoines, biens matériels, moyens de production, ressources financières) accorde des privilèges aux agents matériellement favorisés par rapport aux autres catégories de la société. On peut définir le capital économique comme l'ensemble des possessions matérielles et monétaires qui contribuent à favoriser les relations de domination entre agents. Dans le champ journalistique, le capital économique est celui qu'on associe avec les rendements des agents. Autant un journaliste est capable de subvenir à ses propres besoins, autant il est libéré des pressions des autres agents et est indépendant dans ses décisions.

Le capital symbolique est défini comme le volume de reconnaissance, de légitimité et de consécration accumulé par un agent social au sein de son champ d'appartenance. Ainsi, dans le champ journalistique, il dépend du taux estimé de l'audience, indicatif de l'influence du

⁵ DIRKX, Paul. Champs, *Le Lexique Socius* [en ligne], [consulté le 4 Juillet 2021]. Disponible sur : <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/37-champ>

⁶ *Ibidem*

⁷ BOURDIEU, Pierre. Le champ journalistique et la télévision, [en ligne], [consulté le 2 août 2021]. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=I7qlfiERLJU>

⁸ LENOIR, Rémi. Capital social et habitus mondain: Formes et états du capital social dans l'œuvre de Pierre Bourdieu. *Sociologie*, [en ligne]. 2016, n.7, [consulté le 4 avril 2021], p.281-300. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/socio.073.0281>

journaliste. Le capital symbolique représente le succès, la célébrité et la réputation du journaliste, « la renommée étant non seulement s'être fait un nom, c'est-à-dire une singularité reconnue, mais aussi voir ce nom essaimer dans le discours des autres. »⁹

Le capital culturel possède une valeur explicative de la reproduction sociale et de la distribution sociale des pratiques culturelles. Mais il a aussi une fonction de critique, « la critique, non pas de la culture, mais des usages sociaux de la culture comme capital et instrument de domination symbolique. »¹⁰ Dans le champ journalistique, les journalistes sont souvent accusés d'élitisme et d'aliénation des besoins de l'audience ouvrière, leurs études universitaires supérieures constituant une barrière qui les sépare de cette partie d'audience et les empêche de la comprendre. Mais le concept de capital culturel acquiert une validité générale en tant que composante de l'être social par le concept d'*habitus*. « En cela, le capital culturel est une notion explicative de ce dont le livre *La distinction* de Bourdieu témoigne en le corrélant au « style de vie » en général.¹¹

Le modèle de Bourdieu conceptualise l'action en tant que résultat de la relation entre l'*habitus*, le capital et le champ. Les pratiques des agents ne peuvent être réduites ni à l'*habitus* ni au champ mais sont le résultat de l'intersection établie par les relations entre les deux à chaque moment dans le temps.¹² L'*habitus* pour Bourdieu est constitué par l'ensemble des dispositions, schèmes d'action ou de perceptions que l'individu acquiert à travers son expérience sociale. L'*habitus* est aussi la manière d'être, l'ensemble des habitudes acquises par un individu ou un groupe social. C'est « une loi immanente déposée en chaque agent par la prime éducation, qui est la condition non seulement de la concertation des pratiques mais aussi des pratiques de concertations, puisque les principes de redressement et les ajustements consciemment opérés par les agents eux-mêmes supposent la maîtrise d'un code commun et que les principes de mobilisations collectives ne peuvent réussir

⁹ DURAND, Pascal. Capital symbolique, *Le lexique socius* [en ligne]. [consulté le 14 septembre 2021]. Disponible sur: <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/39-capital-symbolique>.

¹⁰ GLEVAREC, Hervé. Du capital culturel au savoir, critique des rapports substantiels et cognitifs d'un rapport social arbitraire. *Sociologies et sociétés*, [en ligne]. Printemps 2018, vol 50, n.1, [consulté le 14 septembre 2021], p. 205–234, Disponible sur : <https://doi.org/10.7202/1063697ar>

¹¹ GLEVAREC, Hervé. Du capital culturel au savoir, critique des rapports substantiels et cognitifs d'un rapport social arbitraire. *Sociologies et sociétés*, [en ligne]. Printemps 2018, vol 50, n.1, [consulté le 14 septembre 2021], p. 205–234, Disponible sur : <https://doi.org/10.7202/1063697ar>

¹² POWER, M. Elaine. An Introduction to Pierre Bourdieu's Key Theoretical Concepts, *Journal for the Study of Food and Society*, [en ligne]. 1999, vol.3:1, [consulté le 2 août 2021], p.48-52. Disponible sur: <https://doi.org/10.2752/152897999786690753>

sans un minimum de concordance entre l'habitus des agents mobilisateurs (prophète, chef de parti) et les dispositions de ceux dont ils s'efforcent d'exprimer les aspirations. »¹³

Dans un champ journalistique, la délimitation des frontières est elle-même objet de lutte, il existe aussi des rapports de force entre le champ journalistique et d'autres champs, à commencer par le champ politique puisque les journalistes sont souvent accusés de connivences avec les politiciens. Mais le journalisme est différent d'autres champs comme l'art et l'académie, en ce sens qu'il est beaucoup plus dépendant des forces externes. 'Il dépend directement de la demande du marché.'¹⁴ En d'autres mots, parce que les quotidiens, les télévisions et les autres médias sont dirigés comme des commerces, les journalistes sont censés s'assurer de l'existence d'une demande du marché et de la viabilité financière de ce marché avant de produire un contenu.¹⁵ L'activité économique est donc au cœur de la production de l'information. Bourdieu affirme que le champ de la production du journalisme est transformé par la domination du marché à cause de cette activité économique. Par conséquent, le journalisme est menacé par les 'pressions de faire des concessions'.¹⁶ Le champ journalistique favoriserait donc les productions de contenus qui séduisent les pouvoirs économiques et politiques aux dépens des valeurs de leurs professions.¹⁷

Mais comme tous les champs, le champ journalistique répond à des règles propres et à des fins spécifiques. Les journalistes savent que leurs décisions et actions seront jugées par le champ, selon les standards et les valeurs de ce champ. Et c'est une vérité qui s'applique à tous les agents du champ journalistique, même aux plus puissants. Une certaine performance est attendue des pratiquants du champ commis à ces principes, comme le droit du public de savoir et le devoir du journaliste de révéler la vérité, sans peur et sans favoritisme.¹⁸

En France, le journalisme est selon Bourdieu un champ bipolaire divisé depuis son émergence au 19ème siècle en France entre des quotidiens qui recherchaient de préférence des informations à sensation ou mieux encore pouvaient créer du sensationnalisme, et d'autres qui dédaignaient la

¹³ BOURDIEU, Pierre. *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Paris : Editions du Seuil, 2000. p. 272

¹⁴ BOURDIEU, Pierre. *Sur la télévision*. Paris : Raison d'agir, 1996. p.53

¹⁵ SCHIRATO, Tony, et al. *Understanding Bourdieu* [en ligne]. Taylor & Francis Group, 2002, [consulté le 23 septembre 2020], p.184. Disponible sur :

<https://ebookcentral-proquest-com.ezsecureaccess.balamand.edu.lb/lib/univbal-ebooks/detail.action?docID=6297457>

¹⁶ BOURDIEU, Pierre. *Sur la télévision*. Paris : Raison d'agir, 1996. p.73

¹⁷ *Ibidem*, p.70

¹⁸ *Ibidem*

séduction facile de l'audience parce qu'ils se voulaient sérieux et aspiraient à provoquer le changement en offrant des analyses et des commentaires. Ces derniers prétendaient se différencier du premier groupe en se réclamant des partisans de l'objectivité professionnelle.

Tout comme Bourdieu, beaucoup de sociologues critiquent et remettent en question l'activité des pratiquants du champ journalistique, c'est-à-dire les journalistes politiques. Il n'existe pourtant aucune définition de la profession en tant que telle, et même si certains chercheurs sont d'accord sur ce qu'un journaliste ne devrait pas être, aucun ne définit ce qu'il doit être.

En effet, certains comme Bastien s'attardent sur les émotions que les journalistes suscitent chez les gens, il affirme que « le journaliste est observé par des sentiments variés et souvent contradictoires, de la fascination à la répulsion. »¹⁹ D'autres comme Marchetti et July remettent en cause le souci d'objectivité et de recherche de vérité du journaliste. Le premier distingue deux conceptions qui s'affrontent: « d'une part, les journalistes qui privilégient les commentaires politiques et littéraires (chroniques, éditoriaux, etc.) et, d'autre part, ceux qui défendent l'objectivité des faits et les dissocient des commentaires »,²⁰ alors que le second écrit que « les journalistes sont là pour faire le tri entre légendes et vérités. Mais il y a plus de clients pour les légendes que pour les vérités. Les bidonneurs pratiquent un journalisme imaginaire. Les uns par précipitation, par imprudence, et les autres par vocation, inventant en connaissance de cause. »²¹ Le sociologue Jean-Marie-Charon est surtout concerné par les liens des journalistes avec la politique, et c'est la définition de la politique dans le journalisme qui lui est problématique et difficile à cerner « d'autant plus que le périmètre de l'information politique s'est rétréci à mesure que se développait une série de rubriques (éducation, économie, société, etc.) abordant des questions hier intégrées dans l'information politique et prises en charge par les journalistes politiques ». ²² Il devient tout aussi difficile de définir les contours de la personnalité du journaliste politique, qui doit traiter avec des informations de nature floue et confuse, dont les limites ne sont pas bien dessinées.

¹⁹ BASTIEN, Frédéric. *Tout le monde en regarde. La politique, le journalisme et l'infodivertissement à la télévision québécoise*. Québec : Presses de l'université Laval, 2013.

²⁰ MARCHETTI, Dominique. Presse-Journalisme et journalistes. *Encyclopaedia Universalis*, [en ligne]. [Consulté le 13 août 2020]. Disponible sur : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/presse-journalisme-et-journalistes/1-les-luttes-de-definition-et-les-hierarchies-professionnelles/>

²¹ JULY, Serge. *Dictionnaire amoureux du journalisme*. Paris : Plon, 2015. p.56

²² CHARON, Jean-Marie. Les journalistes politiques : qui sont-ils ? *Le Temps des médias* [en ligne]. Février 2006, n. 7, [consulté le 2 juillet 2020], p. 176-190. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2006-2-page-176.htm>

Un autre sociologue, Érik Neveu, se concentre sur le pouvoir du journaliste en tant que tel, affirmant que le journaliste politique est le « gardien du quatrième pouvoir », et que « si le journaliste est objet de tant de discussions, c'est que les spécialistes et les citoyens lui attribuent des pouvoirs considérables ». ²³ Que le journaliste politique soit ou non le seul à détenir ces pouvoirs reste à déterminer, mais son aptitude à influencer l'opinion publique est indéniable. Erik Neveu ajoute qu'il s'agit « d'un pouvoir bien visible lorsqu'il met en cause un personnage, ou les relations d'un président américain et d'une stagiaire, même si cette influence varie en fonction de la classe sociale, de la culture et de l'éducation du citoyen. » ²⁴. Le journaliste politique est un individu qui a de la puissance et de l'influence.

Au Liban, les médias se contraignent mutuellement et mesurent leur force non pas selon les critères bourdieusiens tels que le taux des clients annonceurs, l'acquisition de journalistes prestigieux ou leur part générale du marché, mais plutôt selon le pouvoir de mise en pratique de leur capacité de propagande au service des couleurs politiques de leurs propriétaires respectifs.

En cela les institutions médiatiques suivent une répartition qui reflète la polarisation de la scène politique libanaise que se partagent depuis 2005 les mouvements du 8 et du 14 Mars, autour desquels gravitent leurs alliés respectifs. Le premier représente les forces regroupées qui ont manifesté le 8 Mars pour mettre en relief le rôle salvateur de la Syrie au Liban, la remerciant entre autres d'avoir stabilisé le pays et mis fin à la guerre civile, alors que le second symbolise les partis et les groupes politiques qui ont contesté la présence syrienne au Liban en tant qu'hégémonique. Les médias qui appartiennent à l'un des deux mouvements ou à leurs satellites suivent naturellement la politique bipolaire du 8 ou du 14 Mars selon la logique médiatique libanaise. Ainsi, en ce qui concerne la manifestation du 14 Mars 2005 ayant abouti au retrait des forces armées syriennes, chaque média a présenté sa propre version du même événement, grossissant ou minimisant à souhait le nombre des manifestants ayant contesté cette occupation. En effet, certains médias les avaient comptés par millions, alors que d'autres en avaient réduit le nombre à quelques milliers. Cet exemple montre bien à quel point les médias libanais contribuent à faire la propagande pour les différents partis.

²³ NEVEU, Érik. *La Sociologie du Journalisme*. n. éd. Paris : La Découverte, 2013. p.80

²⁴ *Ibidem*

Cette polarisation a aussi impacté la capacité de réseautage des agents médiatiques libanais, les journalistes. Selon Bourdieu, le capital social est le réseau de reconnaissance et d'inter-reconnaissance, donc d'intérêts communs, que le journaliste partage avec les agents dans le champ journalistique. Au Liban, les journalistes qui travaillent pour les médias du 8 Mars ont un réseau parallèle à celui de leurs confrères affiliés aux médias du 14 Mars. Ces journalistes ne se retrouvent que dans des émissions politiques, le temps pour chacun de faire entendre son propre point de vue, sans se soucier de celui de l'autre. Le résultat n'est jamais un dialogue, mais bien deux analyses et interprétations différentes, voire contraires, d'un même événement où le but n'est jamais de se reconnaître mais plutôt de se faire connaître, même si parfois la seule façon d'y arriver est juste de crier plus haut. De plus, il est très rare de voir un changement de pôle dans la carrière d'un journaliste, et lorsque l'un d'eux change de média, il ne change généralement pas de pôle et reste dans l'un des médias affiliés, suivant ainsi ses intérêts particuliers.

D'autre part, si le capital culturel trouve son expression dans le style de vie, il est aussi la manière d'être, l'ensemble des habitudes acquises par un individu ou un groupe social, l'habitus. Comme la religion est socialement, politiquement et culturellement omniprésente au Liban, l'appartenance confessionnelle de l'individu devient une expression de son identité. En ces termes, l'élément confessionnel fait partie de l'habitus du journaliste politique libanais, souvent accusé d'élitisme, à cause de ses hautes études ou de son style de vie qui peuvent l'éloigner des besoins réels de la population qu'il est censé représenter. Le capital symbolique, lui, est défini par le volume de reconnaissance d'un agent par sa communauté au sein du champ d'appartenance. Or ce principe de reconnaissance demeure incomplet dans son application au Liban, où les journalistes politiques admettent le succès et l'influence de certains de leurs collègues, mais se gardent bien de leur accorder le respect ou d'étendre cette approbation jusqu'à leur concéder une bonne réputation. Les journalistes vedettes notamment font les frais de cette situation et sont souvent, malgré leur réussite, sujets à des critiques de leurs collègues plutôt qu'à des éloges.

Mais la pratique du journalisme politique au Liban impose aussi aux journalistes des pressions particulièrement lourdes du point de vue financier. Le capital économique couvre généralement les sources officielles de rendement dans un champ journalistique, comme les salaires payés par les institutions aux employés journalistes. Les journalistes libanais, eux, ont en plus la possibilité

de profiter de multiples sources non déclarées, qui peuvent venir d'autres champs, et qui rémunèrent certains journalistes pour leurs connivences. Pour les journalistes de la presse écrite, le capital économique est le plus souvent très faible, et le rendement de la plupart ne leur suffit pas pour subvenir à leurs besoins, ce qui les vulnérabilise en limitant l'indépendance de leurs décisions et en les affaiblissant face aux pressions extérieures venant d'autres champs.

Les journalistes qui travaillent dans l'audiovisuel sont mieux payés, mais avec des nuances, il y a par exemple de grandes différences salariales entre les protagonistes des émissions politiques devenus célèbres et les journalistes qui travaillent en coulisse, les vedettes obtenant bien entendu un chiffre plus généreux en termes de rendement économique. Quant aux sources économiques non déclarées, elles diffèrent d'un journaliste à l'autre, et varient selon le vedettariat de l'un et les connivences de l'autre.

Cependant, le caractère le plus saillant du champ journalistique libanais demeure la dynamique conflictuelle de ce champ avec beaucoup d'autres champs extérieurs, comme conséquence inévitable d'un phénomène d'influence mutuelle continue. Au Liban, les connivences qui régissent les rapports du champ journalistique avec les autres champs font de la délimitation de ses frontières l'objet d'une lutte acharnée des rapports de force. Il en découle que le champ journalistique est confronté à divers autres champs, d'abord au champ politique avec lequel il entretient des connivences profondes, puis au champ religieux, les journalistes étant aussi accusés d'être en connivence avec les chefs des confessions, enfin au champ diplomatique, les journalistes cultivant des connivences avec des pays étrangers, à travers des rapports réguliers avec les ambassades de ces pays.

Le champ journalistique devient en ce sens dépendant de forces externes, se distinguant ainsi d'autres champs tels que l'art et l'académie, non pas parce qu'il dépend de la demande du marché mais parce qu'il a pour objectif d'émettre une propagande destinée à influencer l'opinion publique. Dans ce sens, le champ journalistique libanais favorise toutes sortes de productions de contenus aux dépens des valeurs de la profession, à des fins idéologiques, celles d'orienter et de dominer l'opinion publique.

C'est un champ divisé dès son émergence, et qui depuis n'a existé que pour servir l'ambition ultime de ses protagonistes, à savoir influencer l'opinion publique.

Le champ journalistique à l'ère du numérique

L'avènement du numérique impose des changements au champ journalistique, en apportant comme toute nouvelle technologie des innovations accompagnées par des perturbations qui affectent l'ordre établi et changent parfois radicalement les pratiques à l'intérieur du champ. Entre autres, le numérique va donner une voix indépendante à tous les citoyens grâce aux réseaux sociaux et permettre une mesure précise de l'audience par le biais des ratings.

Un journalisme citoyen émerge, établissant en premier lieu un nouvel ordre dans la diffusion de l'information qui a lieu désormais en cercles infinis, et retirant aussi aux agents du champ journalistique la singularité du cadrage et de la garde de l'information. Les changements survenus qui introduisent une vitesse d'accès à l'information jamais connue auparavant aboutissent enfin à un excès d'urgentisme imposé par l'intensité de la compétition avec le journalisme citoyen.

La nouvelle façon de mesure de l'audience et des ratings risque de pousser la production de l'information à tomber plus que jamais dans le sensationnalisme et le populisme, utilisés par les journalistes comme outils pour maquiller les chiffres en les gonflant facilement et éviter ainsi l'opprobre des chiffres bas, synonymes d'une performance réelle non satisfaisante. Le journaliste est bien un agent du champ médiatique, mais c'est un agent qui travaille à découvert, qui non seulement a perdu toute immunité, mais qui a conscience d'être à n'importe quel moment confronté au jugement de l'audience. En ce sens il passe du statut de journaliste faiseur d'opinions et au-dessus de l'audience à celui de transmetteur qui partage l'accès à l'information avec son audience et qui est toujours sur la défensive, puisque constamment évalué et obligé à se justifier.

C'est dans ce sens que Serge July compare le bouleversement causé par Internet à celui provoqué par la découverte de l'imprimerie au XV^e siècle et le décrit ainsi : « Un hypermédia qui véhicule de nouvelles valeurs, dont l'immédiateté, la transparence et la connexion permanente avec le

monde. »²⁵ Ce que July souligne, c'est le caractère totalement innovateur d'Internet, sa suprématie incontestable sur toute autre forme de média grâce à sa formidable capacité à se répandre tout en mutant continuellement, et le cortège de valeurs nouvelles -et renouvelées de par l'interaction avec les internautes partout dans le monde- et qui vont aboutir à changer au passage et en profondeur le domaine médiatique sans qu'aucune de ses dimensions ne puisse résister à ces changements. Mais alors que l'imprimerie, toute révolutionnaire des pratiques culturelles de son époque qu'elle était, allait mettre des années à se développer pour être à la portée de tous, Internet lui, une fois en réseau, allait s'offrir à tous les groupements humains, sociaux et politiques et à toutes les catégories professionnelles comme une révolution technologique, pouvant se permettre d'éclairer les recoins les plus obscurs de la vie de tous les jours, du coup ouvrant la voie à la réalisation des rêves communicationnels les plus insensés et les plus bizarres. Le mouvement de changement amorcé est implacable, parce que soudain, total et continu, venant d'une force toute neuve capable de se reproduire toute seule et de proliférer abondamment en une fratrie de nouveaux médias de communication et d'information. « D'emblée nous sommes précipités dans un nouveau monde. » écrit Serge July.

Ce nouveau monde va aussi introduire une nouvelle approche des pratiques et des relations professionnelles en permettant une meilleure identification et une mesure plus précise de l'audience, et en imposant aux journalistes des rapports inédits avec les réseaux sociaux. Il n'y a plus besoin d'imaginer l'audience, les outils du numérique sont désormais disponibles pour la définir, ils permettent aussi d'avoir des informations détaillées sur l'audience en termes de nombre, âge, genre, engagement etc..., de la décrire et d'observer ses réactions. Dorénavant, les règles ont changé, les journalistes et les médias à l'ère du numérique disposent de moyens technologiques efficaces pour identifier leur audimat. Les chiffres, vrais et concrets, remplacent les idées abstraites que l'on se faisait de l'audience.

Cette concentration sur l'audience dérive à première vue des besoins financiers du média, pour attirer les publicités par exemple, et pourtant elle n'est pas limitée au seul commerce. Une audience mesurable ouvre aussi la porte à des journalistes évaluables par leurs collègues, par leurs sources et par leurs directions de médias. Aucun journaliste ne peut plus compter son audience comme acquise. Sur le sujet, Bourdieu explique les pressions de l'audimat sur les journalistes par le fait

²⁵ JULY, Serge. *Dictionnaire amoureux du Journalisme*. Paris : PLON, 2015. p. 168

que le champ journalistique est soumis à la pression très forte de la demande, à la sanction du marché, peut-être plus encore qu'à celle du champ politique. Le champ journalistique est dominé par la logique de l'audimat à laquelle il est exposé, une situation à laquelle Bourdieu impute en partie la dégradation du niveau du journalisme et dont il critique le caractère impitoyable en la comparant au jugement dernier, avec les journalistes au banc des accusés qui attendent le verdict final et irrévocable de leur audimat, juge suprême de leur sort. Au Liban, cette nouvelle logique de l'audimat n'est pas dans l'intérêt des médias et encore moins des journalistes. Le fait d'être évaluable au Liban représente effectivement une grande menace aussi bien pour les institutions qui servent comme outils de propagande que pour les journalistes qui tiennent à maintenir une réputation d'influenceurs d'opinion. Ainsi, l'exactitude des chiffres apportée par les innovations du numérique peut porter atteinte à leur image en risquant de dévoiler des réalités qui ne sont pas toujours en leur faveur. Elle risque aussi de les pousser malencontreusement à la production de contenus plus sensationnels et populistes que jamais, accélérant de ce fait la dégradation de la profession, afin justement de garder un taux élevé de chiffres d'audience et protéger leur réputation.

D'autre part, le champ devra compter désormais avec cette autre innovation importante engendrée par l'ère du numérique qu'est le journalisme citoyen. Dans la pratique, les réseaux sociaux donnent une voix à tous, partout dans le monde. Les citoyens connectés disposent désormais d'un portable avec une caméra et le moyen immédiat de partager ce dont ils sont témoins. L'actualité peut être couverte *live*. Plus besoin d'attendre l'équipe de journalistes pour être mis à jour. Mais ce n'est pas tout, chaque citoyen est aussi connecté aux politiciens et a la possibilité de donner son opinion, de commenter directement les postes des présidents de la république, des ministres et de toute la classe politique. Plus besoin de journalistes pour refléter l'opinion publique aux élus. Il faut accepter qu'un nouvel agent, le journalisme citoyen, fasse désormais partie du champ journalistique.

L'une des conséquences majeures de la nouvelle réalité du journalisme citoyen est détaillée par François Ewald, professeur au Conservatoire National des Arts et Métiers, qui assure ainsi que l'information sera désormais diffusée en cercles infinis, en un nouveau modèle appelé par certains le cinquième pouvoir. De plus, certains contenus, que la télévision ou les médias traditionnels

auxquels appartiennent les journalistes politiques ne veulent pas ou parfois ne peuvent même pas publier à cause de la censure ou de la *self censorship*, sont partagés de façon illimitée sur les réseaux sociaux. Pour lui c'est la révolution de la démocratie et la fin de la presse.

« Les journalistes et les journaux d'opinion n'existeront peut-être bientôt plus, en tout cas au sens où nous les connaissons aujourd'hui. À cause des nouvelles technologies. Avec Internet et les moteurs de recherche, l'information ne se fait plus du haut vers le bas, d'une élite journalistique vers un peuple dépendant et assoiffé d'une information rare et contrôlée, mais dans une capacité infinie de communication latérale de chacun avec tous. »²⁶

François Ewald proclame donc la fin de la presse traditionnelle qui siégeait en haut de la pyramide de l'information, en constatant l'inutilité de son rôle désormais. Il applaudit la révolution digitale comme étant une révolution de la démocratie et se réjouit de l'affaiblissement de l'emprise de la presse traditionnelle. Érik Neveu, au contraire, s'en inquiète et affirme que l'on aura toujours besoin de producteurs d'informations, pour ne pas tomber dans le recyclage des données²⁷. Pour lui, les journalistes politiques sont les gardiens de la démocratie et leur disparition serait « démocidaire »²⁸. Ils doivent cependant apprendre à s'adapter au pouvoir de Vimeo ou des Rich médias.²⁹ C'est un défi à relever, parce qu'il n'y a pas de démocratie sans la presse, et parce que le rôle et la place de celle-ci sont de plus en plus contestés.³⁰

Sur le sujet, Scherrer tranche que la presse, accablée qu'elle *est* SOIT par ses connivences avec les politiciens, n'est plus capable de jouer son rôle de quatrième puissance, et c'est donc la responsabilité du journalisme citoyen de la remplacer. Il prédit la naissance d'un cinquième pouvoir, possible grâce au numérique, pour remplacer son prédécesseur. « La presse ne jouerait

²⁶ EWALD, François. Internet, la fin du journalisme ? *Enjeux – Les Échos* [en ligne]. Janvier 2007, [consulté le 1^{er} février 2019]. Disponible sur :

<http://www.implications-philosophiques.org/actualite/une/le-journalisme-est-il-soluble-dans-lerc-numerique-2/>

²⁷ NEVEU, Érik. *La Sociologie du Journalisme*. Paris : La Découverte, n.éd. 2013.

²⁸ GATTOLIN, André. Le politique, le journaliste et la fabrique du populisme. *Multitudes* [en ligne]. Hiver 2015, n.61, [consulté le 12 octobre 2019]. Disponible sur : <https://www.multitudes.net/le-politique-le-journaliste-et-la-fabrique-du-populisme/>

²⁹ SCHERER, Éric. *A-t-on encore besoin des journalistes ?* Manifeste pour un « journalisme augmenté ». Paris : Presse Universitaire de France, 2011. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/puf.hemi.2011.01>

³⁰ LE CLERC, Gérard. **Il faut sauver le journalisme politique !** *La Revue Civique* [en ligne]. Automne 2013, n°12, [consulté le 25 janvier 2019]. Disponible sur : <http://revuecivique.eu/articles-et-entretiens/responsabilite-des-medias/gerard-leclerc-il-faut-sauver-le-journalisme-politique/>

donc pas son rôle de contre-pouvoir et il reviendrait aux cybercitoyens de former un « cinquième pouvoir.³¹ » [D'où la question que pose Éric Scherrer dans son livre : « A-t-on encore besoin de journalistes ? »](#)³²

En fait, le journalisme citoyen a ôté aux journalistes le privilège de choisir l'information intéressante aussi bien que la façon de la couvrir. Les garde-fous ont changé de camp et ne sont plus de leur responsabilité. Halimi préfère le titre *Les Nouveaux Chiens de garde*³³, traduction littérale de l'adjectif donné en anglais aux journalistes, 'watchdogs' qui ferait référence au rôle que les Américains attribuent aux journalistes. Mais nous adopterons une autre traduction, de l'anglais aussi, celle de garde-fous, 'Gatekeepers'.

Avant la perturbation digitale, les journalistes politiques décidaient de l'information à couvrir et à distribuer. « Un des grands pouvoirs des journalistes politiques est celui de choisir le cadrage », affirme Érik Neveu. Ils déterminent l'information à partager et décident quel incident doit faire la une du jour, ils sont donc les garde-fous. Avec l'avènement du numérique, les nouveaux gardiens de l'information sont devenus Google, Twitter et Instagram. Ils ont détrôné les journalistes politiques de leur piédestal, comme l'annonce Trouant.³⁴

Les garde-fous ont donc changé de profil, ce ne serait plus les journalistes mais les réseaux sociaux à la main des journalistes citoyens qui ont pris la relève. Et pourtant Neveu demeure optimiste puisque les journalistes politiques ont pour mission, au-delà d'informer et d'enquêter, de susciter les échanges aussi et de favoriser les idées nouvelles. C'est leur raison d'être, c'est rendre à la politique ses lettres de noblesse, et c'est servir la démocratie.³⁵

Le journalisme citoyen apporte aussi un urgentisme certain dans l'affluence de l'information. Les réseaux sociaux défient désormais le temps. Pour Vègre, il s'agit d'un défi qui a toujours existé

³¹ BECQUET, Nicolas. Le journalisme est-il soluble dans l'ère numérique ? *L'écho* [en ligne]. Juillet 2012, [consulté le 17 janvier 2019]. Disponible sur :

<http://www.implications-philosophiques.org/actualite/une/le-journalisme-est-il-soluble-dans-lere-numerique-2/>

³² SCHERER, Éric. *A-t-on encore besoin des journalistes ?* Manifeste pour un « journalisme augmenté ». Paris : Presse Universitaire de France, 2011. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/puf.hemi.2011.01>

³³ HALIMI, Serge. *Les nouveaux chiens de garde*. Paris : Raisons d'agir, 2005.

³⁴ TRUANT, Johnny B. The New Gatekeepers, can we make Facebook and google democratic utilities? *Columbia Journalism Review* [en ligne]. Octobre 2020, [consulté le 6 décembre 2018]. Disponible sur : https://www.cjr.org/the_new_gatekeepers

³⁵ NEVEU, Érik. *La Sociologie du Journalisme*. Paris : La Découverte, n.éd. 2013.

« dans l'exercice de son métier, le défi du temps est crucial³⁶ », mais Neveu souligne quand même que c'est un défi toujours plus difficile à relever à l'ère du numérique, à une époque où « les journalistes se trouvent de plus en plus marginalisés par la nébuleuse d'informations à l'œuvre sur le Net. »³⁷ Gattolin est critique et s'alarme sur la véracité de l'information. De nos jours, si deux sites publient l'information, alors elle est valide. Même si elle est fautive : « (...) le principe de double-vérification d'une information avant publication – c'est-à-dire la validation d'une nouvelle si, et seulement si, elle est confirmée par deux sources distinctes en contact direct avec le fait ou l'événement décrit – s'est à présent commué en un vague précepte affirmant que si deux sites internet divulguent la même info, cela signifie qu'elle est publiable sans risque de poursuites légales ! »³⁸ Sur le sujet, Mercier lui aussi critique cet excès d'urgentisme qui abîme le métier, et oblige les journalistes à brûler les étapes et à publier sans plus vérifier la véracité des informations. « La profession s'abîme aussi par excès d'urgentisme, qui conduit à manquer de recul, à se tromper parfois, à en faire trop. »³⁹ Il estime que le rôle des journalistes est plus vital que jamais, puisqu'ils doivent désormais contrôler cette surabondance d'informations en prenant du recul et en s'efforçant à leur donner la crédibilité nécessaire que les réseaux sociaux ne peuvent leur accorder : « Mieux articuler les tempos de l'information est une exigence de survie. Mais c'est par la mise en perspective des faits et un tempo moins effréné que se gagnent la crédibilité et la confiance. »⁴⁰

Cet urgentisme généré par le journalisme citoyen a frappé de plein fouet le champ journalistique au Liban, troublant la véracité de l'information, retirant aux journalistes libanais le privilège du contrôle du cadrage, instaurant un flux informatif diffusé en cercles infinis et non plus de haut en bas, accordant désormais aux citoyens libanais une voix qu'ils entendent bien utiliser. Mais quoique la situation semble au désavantage des journalistes libanais, ils n'en demeurent pas moins

³⁶ VEGRE, Olivier. Le métier de journaliste. *Le monde* [en ligne]. Novembre 2008, [consulté le 7 juillet 2018]. Disponible sur : <http://www.lemonde.fr>.

³⁷ NEVEU, Érik. Quel est le pouvoir des médias ? *La liberté de l'esprit*, [en ligne]. Novembre 2012, [consulté le 5 juin 2018]. Disponible sur : <http://lalibertedelesprit.org>.

³⁸ GATTOLIN, André. Le politique, le journaliste et la fabrique du populisme. *Multitudes* [en ligne]. Hiver 2015, n.61, [consulté le 12 octobre 2019]. Disponible sur : <https://www.multitudes.net/le-politique-le-journaliste-et-la-fabrique-du-populisme/>

³⁹ VECRIN, Anastasio. *Haine des médias : les politiques libèrent la parole des esprits agressifs et violents*. *Libération* [en ligne]. Juillet 2017, [consulté le 20 janvier 2019]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/debats/2017/07/14/haine-des-medias-les-politiques-liberent-la-parole-des-esprits-agressifs-et-violents_1583935

⁴⁰ *Ibidem*

des citoyens eux aussi, et à ce titre le numérique leur donne une voix avec l'opportunité nouvelle de se libérer de la logique médiatique libanaise, si bien qu'ils ne s'en sortent pas totalement perdants. Ils ont la possibilité de s'exprimer sans subir les contraintes politico-confessionnelles de leurs institutions médiatiques auxquels ils étaient assujettis par la censure et l'auto-censure. Les réseaux sociaux leur permettent de briser les chaînes qui les liaient à ces institutions et de libérer leur discours qu'ils pourront désormais adresser directement à leur audience.

Conclusion

Depuis l'émergence du champ politique libanais en 1920, les journalistes politiques au Liban sont difficiles à cerner parce qu'obligés de s'adapter aux contradictions évidentes d'un environnement socio-politique libanais capricieux, si perpétuellement changeant qu'il en devient difficile à saisir tant l'instabilité y est grande. Qu'ils soient intellectuels, activistes politiques, écrivains ou politiciens, ce sont des influenceurs d'opinion, des êtres qui ont des pouvoirs certains qui impactent et reflètent la mosaïque libanaise complexe.

Cent ans plus tard, le métier de journaliste politique continue à être aussi difficile à cadrer. À noter qu'il reflète aussi désormais une fragmentation des médias et des journalistes dans le contexte du système politico-confessionnel libanais. Cette fragmentation s'est accompagnée par un effritement des pouvoirs attribués aux médias ainsi qu'aux journalistes. Les mutations introduites par l'ère du numérique ont mis à jour cette érosion du champ du journalisme politique, mais les raisons du déclin sont plus profondes que celles de simples perturbations technologiques.

Le champ journalistique libanais se caractérise donc par une ambiance politico-confessionnelle bien tendue où tous les journalistes se pointent du doigt et se blâment les uns les autres d'être les complices de ce système. Un système qu'ils rejettent même s'ils en font partie, qui leur a donné du pouvoir et de l'influence, mais qui est désormais la cause de leur déclin.

Dans un climat professionnel déjà aussi chaotique, l'ère du numérique bouscule encore plus le champ journalistique, y apportant des innovations mais aussi imposant des remises en question. Le soulèvement social du 17 octobre 2019 a lui aussi changé les règles du jeu en impactant considérablement les pratiques journalistiques.

En fait, les journalistes politiques libanais semblent rester sourds aux critiques et reproches qui leur sont faites. Ils sont complices du système politico-confessionnel avec lequel ils sont en connivence à grande majorité, mais ils accusent la perturbation digitale de populariser le métier, et refusent son urgentisme qui diminue la crédibilité et la véracité de l'information. Ils lui résistent donc et lui tiennent tête pour garder de la distance mais aussi et surtout pour préserver leur emprise et leur pouvoir.

Mais les raisons profondes de la perturbation du champ journalistique ne sont pas réduites au numérique, elles sont ancrées dans le système politico-confessionnel qui règne *sur* le pays des cèdres. Le soulèvement du 17 octobre 2019 a poussé les jeunes dans les rues pour protester contre cette structure politico-confessionnelle. Ils ont hurlé le slogan *kellon kellon* (tous c-à-d tous), pour accuser tous les politiciens, sans exception, d'être corrompus. Comme les journalistes politiques font justement partie de ce cercle de corruption du système, les protestataires ont rejeté les médias traditionnels comme moyen de communication et ont utilisé à sa place les WhatsApp, Instagram Facebook, ils ont même publié leur propre quotidien *Al Thawra* (Revolution).

Les journalistes politiques libanais sont en pleine crise identitaire et sont victimes de la diminution de leur pouvoir. L'emprise du système politico-confessionnel corrompu qui lui-même craint pour sa survie les affaiblit davantage. Ils sont en butte à des défis qu'ils ont longtemps esquivés par peur des conséquences, et le digital n'est que la cause périphérique de leur déclin.

Pour commencer une nouvelle histoire, il faut accepter les nouvelles règles du jeu et s'y adapter. Mais tout comme les politiciens, les journalistes résistent au vent du changement qui pourtant ne se lasse pas de souffler à leurs portes.