

Contribution à une histoire de la crédibilité

ENTRETIEN AVEC IGNACIO RAMONET

Directeur de la rédaction du *Monde Diplomatique*

CAHIERS DE MÉDIOLOGIE : En quoi et comment *Le Monde Diplomatique* échappe-t-il à la tyrannie de la communication¹? Et ce, sans compromettre le succès du journal ?

1. Ignacio Ramonet, *La Tyrannie de la communication*, Galilée, 1999.

IGNACIO RAMONET : L'une des dimensions de cette tyrannie c'est l'instantanéité, la vitesse, l'urgence. Ce qui nous en protège, c'est que nous sommes un média lent. Nous allons lentement puisque nous paraissions une fois par mois. Deuxièmement, nous avons décidé de ne pas nous laisser emporter par la logique médiatique, en essayant de rester théoriquement conscient du fonctionnement des médias. Nous publions régulièrement des papiers théoriques sur la communication et l'information. Dans toutes les professions concernées par ce qu'on appelle la révolution des technologies de l'information et de la communication, on ne peut pas se contenter de pratiquer une pratique, il faut théoriser une pratique. Dans *La tyrannie de la communication*, j'ai essayé de faire un instantané sur la communication aujourd'hui, en partant de l'observation de trois paramètres technologique, économique ou industriel et rhétorique. La révolution numérique, ça change tout. En deça du son, de l'image et du texte, on utilise des bits. Donc on est passé à une quatrième dimension, qui contient les trois premières.

Images
fournies par
l'Armée
américaine
pendant la
guerre du
Golfe, D.R.

Quand Orson Welles, en 1945, se demande ce qu'est un empire médiatique ou un empereur des médias, il s'inspire de Hearst. *Citizen Kane* a servi de modèle pratiquement jusqu'à nos jours pour les grands patrons de presse. Il y a encore peu de temps en France, si on nous demandait citez-moi des empereurs de presse, on disait Kane, Hearst et Hersant, c'est-à-dire l'un au début du siècle, l'autre au milieu et le dernier à la fin, possédant plusieurs journaux dans *un* pays. Aujourd'hui, Murdoch possède quelques journaux dans tous les continents, plus des radios, des télévisions, des maisons d'éditions, des studios de cinéma. Il possède du son, du texte et de l'image. Intégrés à l'échelle planétaire. Jusqu'à présent, les études de communication étaient des études de contenu. Aujourd'hui, ce sont les entreprises de contenant qui ont vocation à arriver dans le champ de la communication. Murdoch est peut-être le dernier étant fils d'un propriétaire de journaux. Il est né dans l'odeur du plomb, des linotypies et des rotatives. Donc, il a acheté des journaux et du contenu, il a créé un groupe par accumulation, concentration, fusion, par acquisition de contenu. Mais on peut voir aujourd'hui que pour les entreprises faire de la communication, c'est essentiellement gérer un flux, appelé contenu, mais qui peut être n'importe quoi. Si j'ai une culture de la gestion d'un fluide, si je sais envoyer dans les appartements l'eau dans un tube, si je mets des compteurs, si je sais encaisser, j'ai un système de facturation, si je sais envoyer du téléphone, je sais envoyer de la télévision et si je sais envoyer de la télévision, je dois me préoccuper de l'amont. La gestion d'un fluide me permet d'accéder à la communication. C'est comme cela que l'on voit arriver des industriels de l'eau voire, des industriels du béton, voire des industriels des armes. La logique du profit, la construction d'un mécano industriel, c'est beaucoup plus important que de savoir si tel discours doit être tenu ou tel autre. C'est moins idéologique qu'industriel. Ou, c'est idéologique dans un autre sens. Il faut approvisionner.

Comment définir cette logique médiatique ?

L'actualité est une construite, elle n'est pas naturelle. On assiste à la guerre du Kosovo, et au même moment, les mêmes pays bombardent l'Irak et l'Irak n'est pas dans l'actualité. Notre propre lecture de l'actualité coïncide parfois avec l'actualité dominante, parfois nous essayons de dire à nos lecteurs qu'elle est aussi ici ou là. Deuxièmement, alors que la plupart des médias sont de plus en plus locaux, voire hyper-locaux, alors que globalisation et mondialisation sont les phénomènes majeurs, on finit par ne plus voir le gé-

néral. Donc parlons un peu de ce qui se passe dans le monde. On nous accuse de tiers-mondistes. Nous répondons : « non ; le monde, c'est deux cents États ». Les autres journaux s'intéressent à 15 ou 20 États. Ce sont eux qui sont premiers-mondistes, nous, on est mondialiste. Troisièmement, le régime « entretien » n'a pas de statut chez nous. C'est un régime de l'oral, un journalisme de l'urgence, très légitime, notamment pour la radio, la télévision, un certain type de presse, mais dans *le Monde Diplomatique*, on demande à l'auteur de s'asseoir à une table et de penser à un plan. Quatrièmement, l'urgence se traduit dans les journaux par des textes de plus en plus courts. « Soyez brefs et dites-nous tout ». Nous, nous disons : pour dire tout, on ne peut pas être bref. Pour expliquer ce qui va à l'encontre de la *doxa*, il faut plus de temps et d'espace que pour dire et répéter la *doxa*. Enfin, nous parlons d'un contrat d'information, comme il y a un contrat social. Le contrat d'information entre le citoyen et le journal, ça ne peut pas être l'un fait tout l'effort et l'autre aucun. Ce n'est pas possible. Nous faisons un effort en termes de visibilité, de clarté, de rigueur, de précision etc. Sans doute insuffisant, mais réel. Le contrat d'information suppose aussi que le lecteur, le citoyen soit prêt lui-même à faire un effort, à dépenser du temps, voire un peu d'argent. Là encore, nous nous inscrivons à l'encontre de la tendance générale à l'information gratuite. On ne paie pas les journaux à leur vrai prix puisque la publicité en assume la plus grande part, et la radio comme la télévision sont gratuites. Mais cette forme de gratuité est massive et faussement démocratique, largement dévalorisée. Ceux qui recherchent l'information qui donne un surplus de valeur, la payent très chère, via des abonnements à des lettres spécifiques qui donnent des informations rares en matière économique, financière, scientifique, immédiatement utilisables par l'entreprise abonnée ou la personnalité abonnée. Nous donnons une information relativement difficile mais lisible par un lycéen de terminale. Dernier point, nous souhaitons faire un journal de contre-information et contre-idéologie. L'une des dimensions de l'information qui depuis une quinzaine d'années a réussi à s'occulter, c'est la dimension idéologique. On n'en parle pratiquement plus, ce qui fait le jeu de tous ceux qui nous ont dits à la fin des années 80 : « les idéologies sont mortes, il n'y a plus que des techniques économiques et c'est ça la vérité ». Nous essayons de montrer qu'il y a une construction médiatique, non seulement par des textes théoriques mais en proposant notre propre lecture. Le « Diplo » dispose d'un réseau de 2 500 à 3 000 collaborateurs à travers le monde, qui s'expriment dans nos colonnes, et qui montrent comment des choses très importantes sont occultées par les

autres médias. Deux exemples. Quand les médias étaient concentrés sur l'affaire Clinton-Lewinski ou l'affaire Diana, nous avons été les premiers en France à dire : « l'AMI est un débat majeur. Il y va des indépendances des souverainetés, des États, mais aussi des libertés des citoyens ». Nous avons été le seul média en Europe à mettre le texte intégral de l'AMI pour que chacun puisse vérifier. Sur le Kosovo, nous avons été le seul média à l'échelle planétaire qui a mis à la disposition des lecteurs sur Internet le texte intégral des accords de Rambouillet. C'est « l'échec de Rambouillet » qui a provoqué la guerre et aucun journal n'a songé à proposer à ses lecteurs le texte des accords. Depuis, d'autres journaux l'ont repiqué sur notre site.

Quel est votre « plus », par rapport à Internet, et son samizdat planétaire ? Ne va-t-il pas à la fin vous faire concurrence ?

Internet n'est pas un adversaire, ni un rival. Nous avons été le premier journal, toutes périodicités confondues, à avoir un site Internet.

Mais l'un des problèmes d'Internet, c'est que c'est une nébuleuse, une galaxie d'informations. Elle n'est pas hiérarchisée, elle n'est pas fiable, elle n'est pas regroupée. Tout se vaut. Nous, nous apportons le garant d'une marque. De plus en plus, Internet devra avoir des garanties de crédibilité. Il est possible que des pôles fiables d'information sur Internet se constituent, et qu'ils puissent apporter la preuve qu'ils sont fiables. Pour l'instant, la signature de la marque ou de l'auteur continue d'être une garantie très importante. Internet aurait besoin de quelque chose de l'ordre de l'Office de Vérification de Publicité qui donne son label et écarte les publicités mensongères etc. « Notre publicité est vérifiée par l'OVP » : ça décharge le journal. À l'échelle planétaire, ce serait sans doute très compliqué.

Ce qui vous distingue, peut-on dire en somme que c'est la grille d'interprétation ?

L'objectif de notre journal comme de tous les médias, c'est de produire de l'information, mais contextualisée, voire analysée et mise en perspective, ou encore historicisée. La plupart de nos collaborateurs ne sont pas journalistes. Certains le sont, et comme ils ont la possibilité de s'exprimer sur la longueur, ils ne vont pas se limiter à donner des faits. Sur le Kosovo, nous avons publié un article d'un italien historien des Balkans, qui a fait l'historique de toutes les épurations ethniques dans la région au cours du siècle. On voit très bien comment les uns à un moment, les autres à un autre moment, ont

pu être victimes. Ce sont des choses que les médias de l'urgence ne savent pas traiter puisqu'ils sont saturés par le traitement de l'immédiat.

Un mot que vous avez employé, c'est idéologie. Il n'a pas de bonne presse aujourd'hui. Certains reprochent au *Monde Diplomatique* d'être un journal idéologique...

C'est plutôt un journal de contre-idéologie. On critique un certain nombre de dérives avec des faits. Quand on dit « l'ultra libéralisme ne marche pas au Royaume-Uni », ce n'est pas une invocation ou une expression de foi. On aligne des statistiques produites par les services britanniques, en politique sociale, en politique économique etc. Je dis plutôt contre-idéologique qu'idéologique, parce de quelle idéologie serions-nous au service ? On nous dit : « vous savez bien critiquer, vous ne savez pas proposer ». Ce n'est pas entièrement faux. Nous ne sommes ni philosophes, ni politiques. C'est aux partis, à ceux qui ont une vision de ce que devrait être la politique, de le faire. Nous, nous ne sommes que journalistes. Beaucoup de journalistes se sont pris à un moment donné, peut-être moins aujourd'hui, pour des maîtres penseurs. Ils se sont substitués aux philosophes. Ils ont d'abord dénigré les intellectuels en disant qu'ils s'étaient trompés sur tout, et ainsi la scène médiatique leur revenait de droit.

Même si tous les journalistes étaient scrupuleux et travailleurs, dites-vous, l'information dominante produirait encore de l'illusion, du faux semblant ?

C'est le pari que je fais dans mon livre. Mon ami Serge Halimi a fait un pari contraire et il a raison, puisqu'il a essayé de pointer comment une trentaine de journalistes trustent les postes les plus importants et donnent une vision de la profession assez lamentable en raison des connivences, voire même de la corruption qui peut exister. Moi, je prendrai un pari plus contrasté. Je crois qu'aujourd'hui le système fonctionne de telle manière que même si tous les journalistes étaient de bonne foi, le système finirait par produire un mensonge. Prenez l'exemple de la Roumanie, et de ce qui s'est passé à partir du 20 décembre 1989 pendant une dizaine de jours. Les journalistes, qui se sont précipités, ont essayé de suivre cette affaire avec la plus grande honnêteté. Ils ont improvisé. Ils se sont retrouvés, du jour au lendemain, plongés dans un contexte chaotique, puisque le pouvoir officiel s'était effondré et que le nouveau pouvoir n'était pas encore organisé. Donc, le chaos. Ils ne parlaient pas roumain pour la plupart, ne connaissaient pas la réalité roumaine. La

Roumanie est un pays fermé depuis 40 ans. Il y avait en France 4 à 5 spécialistes qui ne se sont pas précipités dans cette vague-là. Les journalistes sont arrivés essentiellement armés de prouesses technologiques. Avec un relais satellite, on communique en direct, toute une équipe peut filmer immédiatement, sans avoir à mettre en boîte. Ils étaient équipés pour l'urgence, pas pour le fond. Qu'est-ce qu'ils nous ont montré de ce qui se passait en Roumanie ? Globalement, ce scénario : il y a le dictateur qui vient de disparaître, soutenu par la *Securitate* ; d'un autre côté, il y a le peuple et l'armée, figures classiques ; mais l'armée est désarmée, le dictateur s'en méfiait, alors que la *Securitate* est constituée de troupes spéciales, de commandos hyper équipés, tous des « Rambo » capables en plus de disposer de plans précis des souterrains de Bucarest, d'où ils peuvent surgir comme ils veulent ; les défenseurs de la démocratie d'un côté, que nous soutenons, et les adversaires de la démocratie, partisans de la dictature que nous détestons. Pendant une semaine, c'est cette lecture-là qui a été faite de la réalité. Quand survient Timisoara, voilà des corps alignés que chacun peut voir, nous téléspectateurs. Les journalistes répètent : « il y a eu des morts à Timisoara parce qu'il y a eu une insurrection. Ces corps ont été torturés. C'est la preuve même que ce système torture ».

Jusqu'à la Roumanie, qu'est-ce qu'informer ? C'était pouvoir répondre à un certain nombre de questions. Qui a fait quoi, dans quelles circonstances, avec quel objectif, dans quel contexte ? Le journalisme, ce n'est pas une science, mais on ne fait pas de journalisme n'importe comment. Le journalisme s'est toujours appuyé sur deux sciences humaines. La première c'est l'histoire : poser des questions en historien, travailler sur les archives, faire des coupements, étudier le contexte, la profondeur historique. La seconde, c'est la sociologie : étudier les conditions sociales. Le journalisme se faisait en s'appuyant sur ces deux prothèses. Au moment de la Roumanie on n'informe plus de la même manière. Grâce à l'avancée technologique, informer, aujourd'hui, c'est faire assister à l'événement. Désormais, ce qui est important, c'est que la machine nous place, nous, comme témoin devant l'événement. Témoin et non spectateur. Entre le spectateur et l'événement, il y a une distance, qui nous permet d'être en dehors et à la limite d'élaborer l'événement comme un objet d'étude, de réflexion. Le témoin est dans l'événement, il n'y a pas d'objectivation, il y est intégré. Ça change beaucoup de choses. Si l'information se réduit à faire assister à l'événement, j'ai changé de paramètre. Ce n'est plus la sociologie ou l'histoire sur quoi s'appuie désormais cette conception de l'information. C'est un genre télévisuel qui sert ici de

base, le sport en direct. Quand on regarde un match en direct, si on coupe le son, on comprend le match. Un match de football, on peut le regarder dans n'importe quel pays, au Japon, sans parler japonais. Et donc informer, c'est *idem*. Vous voulez savoir ce qui se passe en Roumanie, je vous montre la Roumanie. Pourquoi on comprend le match quand on coupe le son ? Parce que l'on connaît les règles du jeu. Quelles sont les règles du jeu de la Roumanie ? On ne les connaît pas.

Comment votre analyse s'appliquerait-elle au Kosovo aujourd'hui ?

La coupure se situe au moment du Vietnam. Le fait que le Pentagone ait interprété la couverture médiatique du Vietnam comme une démoralisation de l'arrière, ça change tout. Les grandes Armées vont en tirer la leçon : on ne peut pas montrer une guerre à l'arrière. Les Français n'ont jamais montré la guerre, les Américains l'ont toujours fait. Les images que nous avons en mémoire du débarquement de Normandie sont tournées de l'intérieur des barges. La barge s'ouvre et les soldats sautent. Les cameramen du 6 juin sont dans la guerre. Certains d'ailleurs meurent, Capa en est, il mourra en Indochine. Après le Vietnam, on ne pourra plus montrer. Pourquoi ? Les guerres ont toujours été faites pour des raisons humanitaires, et vendues à l'arrière comme telles. On se bat, nous, les civilisés, contre les barbares. Mais si on peut montrer des barbaries commises par les nôtres, massacres de My Lai, et bombardements au napalm de civils, si on voit que les soldats ne soutiennent plus une cause, mais se droguent, c'est la catastrophe. Les premiers qui en tirent la leçon, ce sont les britanniques aux Malouines, ensuite les Américains à la Grenade.

Le Kosovo ? Il y a un numéro de la revue de l'OTAN, *Armée d'aujourd'hui* de septembre 1986, où il y a la codification du comportement des armées de l'OTAN en temps de guerre. Ce qui se passe maintenant n'est que l'application de ces consignes de 86 corrigées par les leçons de la guerre du Golfe. Au Golfe, les Américains ont créé des pools, et ensuite quand l'offensive a provoqué la mort de 100 000 irakiens, personne ne l'a montré. On dispose à l'université des images du Panama, que l'affaire de Roumanie a occulté, ce qu'on appelle l'effet paravent. Toutes les images, diffusées par la télévision française lors de l'invasion du Panama, représentent l'armée américaine, toujours en position de défense. Ce sont les Américains qui se font tirer dessus. Quand on voit les Américains en action, jamais on ne les voit tirer, mais toujours guérir les civils blessés. C'est une armée caritative, humanitaire.

Et le Panama c'est aussi pour la première fois la diabolisation de l'adversaire. Noriega, quand on découvre sa tanière, on va montrer : 1) des liasses d'argent ; 2) des cassettes pornographiques ; 3) des pôles contenant des onguents de santeria et des sacs de drogues (drogué, pervers etc.). C'est pour ça qu'il est allé à l'Ambassade du Vatican, comme il était diabolisé, il pensait qu'il serait absout. Le Kosovo, je n'y vois pas de grandes différences avec le traitement des guerres de l'OTAN. Pourquoi ? Comment on traite les guerres depuis les Malouines ? La guerre elle-même doit rester invisible, ce que font les nôtres, il ne faut pas le montrer, il suffit de voir le rapport de *Reporters Sans Frontières*. Chaque fois qu'il y a des bavures, comment se comporte l'OTAN ? Elle commence par nier. L'OTAN sait bien que l'actualité étant riche pendant une guerre, si elle le reconnaît deux ou trois jours plus tard, ça n'aura pas le même effet. Ce qui compte, c'est le premier jour. Après, ils disent la vérité, mais l'effet médiatique est obtenu. Ensuite, on a montré les effets de la guerre, valant pour la guerre elle-même. Les gens voient les réfugiés et croient voir la guerre, alors que les réfugiés en sont la conséquence, au point que l'on peut jouer sur la confusion : on bombarde parce que les serbes expulsent la population, alors que la déportation, pour l'essentiel, se produit après les bombardements, comme une conséquence. Mais interrogez les gens, et vous verrez : la guerre s'est passée à cause des réfugiés, c'est pour cela qu'on a bombardé. Effet réussi. C'est le système médiatique.

Les journalistes ont essayé d'informer en échappant au système. Des cassettes où l'on voyait les gens vraisemblablement exécutés notamment par les paramilitaires de Belgrade ont été utilisées avec des pincettes, on sentait bien que l'on ne voulait pas commettre l'erreur de Timisoara. Mais les journalistes, c'est comme Charlot à l'intérieur de la machine. Ils bougent, peuvent manger et boire comme Charlot, mais c'est la machine qui les conduit.

**Ne peut-on craindre une homogénéisation quasi industrielle de la conscience publique ?
La production de conformité, cela marche apparemment.**

Les médias fonctionnent sur trois certitudes : 1) *voir = comprendre*. Vous voulez voir le Kosovo, je vous le montre. Vous voulez voir la Roumanie, je vous la montre. Or, c'est exactement l'équation contre laquelle s'élèvent les rationalistes au XVIII^e siècle, ou Galilée. Voir, ce n'est pas comprendre. On ne comprend pas avec les yeux mais avec la raison. Pour comprendre, il faut une vision d'État-major, qui n'est pas celle du fantassin. Or aujourd'hui, ce qui domine c'est la vision du fantassin, d'où la multiplication des reportages,

du direct, l'inflation du très près. Mais quand on regarde de très près, on ne voit pas la figure dans le tapis. 2) *Y être suffit pour savoir*. Le système n'arrête pas d'essayer de nous persuader que parce que leur envoyé spécial se trouve sur place, il sait. C'est le syndrome de Fabrice à Waterloo. Il est là, la bataille se termine, il ne sait pas qui a gagné. C'est Napoléon qui sait, c'est Wellington qui sait. 3) *Répéter c'est démontrer*. C'est parce que tous les médias répètent aujourd'hui qu'on a bombardé parce que la Serbie déportait les kosovars que c'est devenu une démonstration, une réalité.

Avec ces éléments, on construit une crédibilité très sensible. La vérité s'exprime par l'émotion. La vérité de votre émotion, c'est celle que je vous montre. C'est parce que vous avez une émotion vraie que ce que je vous présente est vrai. C'est parce que vos larmes en regardant les enfants kosovars sont authentiques que mes commentaires le sont aussi. D'où le monstrueux paradoxe du Rwanda. On entend parler d'un génocide, 500 000 personnes tuées à la machette, et pas une image, aucune équipe de télévision n'a filmé. Soudain, la télévision arrive dans l'opération « Turquoise ». On va créer une poche pour pouvoir protéger les gens, et les télévisions nous montrent des gens qui arrivent dans un état de délabrement apocalyptique. On assiste à des scènes bibliques, les gens sont pieds nus après avoir marché pendant des jours et des jours dans un état beaucoup plus lamentable que les Kosovars, il faut le dire en passant. Ces gens meurent, il y a une épidémie, on les enterre au bulldozer, on voit ça et on est consterné. Le génocide. Or ces gens que nous regardons, c'étaient les auteurs du génocide, ce n'étaient pas les victimes. C'est comme si on nous avait fait pleurer sur les gardiens des camps de concentration.

J'ai essayé de faire une histoire de la crédibilité, un peu comme Foucault nous avait proposé une histoire de la vérité. Il y a eu pendant longtemps la vérité foudre, celle qui ne s'exprime que par une personne à un moment et à un endroit précis de l'histoire. C'est le prophète ou bien le pape. Puis, au XVIII^e siècle on est passé à la vérité ciel, qui s'exprime pour tout le monde et partout. Pour une histoire de la crédibilité en matière audiovisuelle et je vois pour l'instant trois époques. 1) Le discours des « Actualités cinématographiques ». Il y a des images qui n'ont pas de son, le son, c'est un commentaire et le commentaire donne le sens des images. C'est un coup d'état permanent sur la sémantique iconique. Cette voix off nous décrit ce que nous voyons et nous croyons parce que cette voix off est anonyme (nulle part dans le générique n'est signalé qui parle); C'est une allégorie, c'est la Voix de l'Information théologique. C'est la voix de Jeanne d'Arc. Nous croyons que cette voix anonyme nous dit ce que disent les images. 2) Le journal télévisé

fonctionne sur des principes inverses du précédent. Les statistiques montrent que les gens regardent le J.T. en fonction de leurs sympathies à l'égard du présentateur ou de la présentatrice. Je le crois, parce que le présentateur ou la présentatrice qui est identifié(e), même suridentifié(e), me regarde dans les yeux. La tradition dit que celui qui regarde dans les yeux ne ment pas, et c'est en raison de la relation affective que j'ai établie avec le présentateur, que je crois l'information télévisée. 3) La crédibilité C.N.N. s'obtient parce qu'une machine essentiellement technique nous en met plein la vue. Elle nous impressionne, et nous éblouit par sa capacité à connecter. La machine dit : « nous allons maintenant connecter avec la Macédoine, l'Albanie, Washington, Belgrade ». Parfois, pendant la guerre du Kosovo, vous aviez le présentateur sur le plateau, et six ou sept cadres tout autour, avec tous les correspondants sur place. Cette *hyper connectique* fait que l'on ne peut que croire une telle machine qui fonctionne aussi bien. Notez que la crédibilisation ne veut pas dire forcément que j'y crois. On est en train de construire une *doxa* fantastique, d'autant plus qu'opposition et majorité dans la plupart des pays sont globalement d'accord sur les principes essentiels. En revanche, là où je serai plus prudent c'est sur l'effet obtenu. La réponse n'est pas si évidente. Nous avons quantité d'exemples que les citoyens sont devenus très rusés par rapport au fonctionnement médiatique. Nous avons affaire à une génération qui est née dans le mécanisme du plus efficace des discours médiatiques, et qui, à des signes imperceptibles, sait décoder. Contrairement à Orwell ou Huxley, je ne pense pas que le contrôle des médias conduise automatiquement au contrôle des esprits. Pinochet a contrôlé pendant 16 ans tous les médias, il s'est présenté à une élection, et a été battu. Jaruzelski s'est présenté, et a été battu. Le franquisme, 40 ans de contrôle, en 1978, a fait moins de 20 % des voix. Pour prendre l'affaire Clinton/Lewinski, les médias les plus influents demandaient aux gens d'être favorables à la destitution du Président, ça n'a pas marché. Sur le Kosovo, la majorité des gens a plutôt été hostile. Pasqua a gagné les élections sur un discours critique à l'égard des médias et de la guerre. Nous avons quantité de preuves que le contrôle des médias ne produit pas pour autant une manipulation automatique des citoyens. Ils savent aujourd'hui résister.

Les journalistes sont les seuls qui ne se sont pas aperçus qu'ils ne disposaient plus du monopole de l'information. D'abord, parce qu'aujourd'hui il n'y a pas que le système d'information qui produit de l'information, toutes les institutions en produisent. Aujourd'hui, on peut ne pas acheter un journal, ne pas écouter la radio, et on est malgré tout informé, parce que la Mairie,

les grandes entreprises, Coca-Cola, les institutions culturelles communiquent en permanence. Aujourd'hui, nous avons en plus Internet.

Certains journaux ne font pas l'opinion, ils sont l'opinion. *Le Monde Diplomatique* exerce-t-il une quelconque influence sur les décideurs ?

On a battu les records de vente en avril (226 000 exemplaires). C'est loin d'être un petit média et avec les éditions étrangères, on atteint un million d'exemplaires. Nos idées sont diffusées à l'échelle de l'Europe, ce qui touche plusieurs millions de personnes. Quelles sont ces personnes-là ? C'est le milieu associatif, milieu critique en général. Ce sont les cadres, beaucoup de cadres du secteur public, moins du secteur privé. Des décideurs politiques, syndicaux surtout. Mais un mensuel ne peut pas avoir la même influence qu'un quotidien. Ce n'est pas un média de masse. L'influence en profondeur, c'est très difficile à mesurer. Autant on a pu dire et vérifier que l'opinion publique était le résultat de la construction médiatique, je crois qu'aujourd'hui c'est plus difficile à dire. Il y a des médias de tous les côtés et le problème d'aujourd'hui, c'est la surabondance. Les problèmes d'information, aujourd'hui, sont des problèmes d'écologie, non de pénuries.