

Les médias et la laïcité en France : éléments de compréhension du traitement journalistique

Emmanuel Marty
Maitre de conférences en sciences de l'information et de la communication
Co-directeur de l'École de journalisme de Grenoble

Les principales questions

Les médias nous influencent-ils?

L'information journalistique: garantie de la démocratie ou marchandise?

De la presse écrite aux réseaux socio-numériques: qui parle?

Quand et comment différents médias parlent-ils de la laïcité?

Les médias nous influencent-ils?

Médias et société: deux approches

Le paradigme des effets: que font les médias aux gens?

- **Théorie des effets directs : Lasswell (1927) Approche béhavioriste**
- **Théorie des effets limités des médias Lazarsfeld (1955): le two step flow**
- **Importance des groupes sociaux, de la conversation, des leaders d'opinion**

Médias et société: deux approches

Le paradigme des usages: que font les gens avec les médias ?

Théories des usages et gratifications (Katz 1974): satisfaction des besoins: information, socialisation, distraction, identité

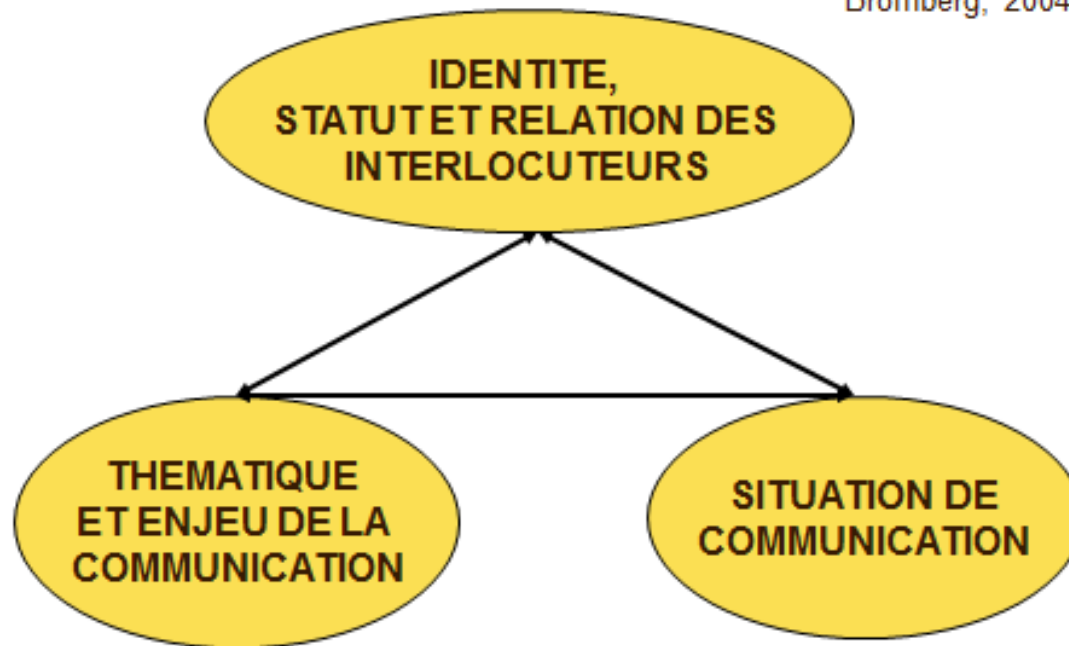
→ **Exposition sélective aux médias, attention sélective, processus de négociation** dans l'interprétation d'un message, sa compréhension et sa mémorisation.

→ Le **filtre culturel agit sur l'interprétation** des contenus médiatiques (poursuite avec les *cultural studies*)

Une tentative de conciliation

Les théories du contrat de communication (Charaudeau, 1997) reposent sur un **principe de coopération (ou co-intentionnalité) entre médias et publics**

Ghiglione, 1986
Bromberg, 2004



Le paradigme contractuel

Contrat = relation basée sur un enjeu stabilisé, issu d'attentes mutuelles, d'opinions et de représentations partagées du monde, d'une valeur accordée à l'information (symbolique et/ou d'usage).

→ « les médias », ça n'existe pas! Éléments pour caractériser une politique éditoriale

Exhaustivité – sélectivité

Réactivité – réflexivité

Objectivation – subjectivation

Alignement concurrentiel - créativité

Le paradigme contractuel

Identités éditoriales ostensibles



L'esprit
d'ouver-
ture.



Plus féminine du cerveau que du capiton
Causette

CAUSEUR.fr
Surtout si vous n'êtes pas d'accord



Brut. Maintenant, partout.



Nouveau média d'information.
100% vidéo, 100% digital.
Sur tous les réseaux sociaux.
Société / Politique / Médias



**L'information journalistique:
garantie de la démocratie ou
marchandise?**



Les médias, à la fois institutions et industries

Les médias comme institutions: le journalisme idéal

- Délégation d'autorité
- Fonction sociale
- Profession encadrée et régulée (CCIPJ, ARCOM, CPNEJ, etc.)
- Déontologie

La Charte de Munich

24 NOVEMBRE 1971, MUNICH

LES DIX DEVOIRS DE LA CHARTE

1. Respecter **la vérité**, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité.
2. Défendre **la liberté** de l'information, du commentaire et de la critique.
3. Publier seulement les informations dont **l'origine est connue** ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents.
4. Ne pas user de méthodes **déloyales** pour obtenir des informations, des photographies et des documents.
5. S'obliger à **respecter la vie privée** des personnes.
6. **Rectifier** toute information publiée qui se révèle **inexacte**.
7. Garder **le secret professionnel** et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement.
8. S'interdire **le plagiat**, **la calomnie**, **la diffamation**, les accusations sans fondement ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information.
9. Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui **du publicitaire** ou **du propagandiste** ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs.
10. Refuser toute pression et n'accepter de directives rédactionnelles que **des responsables de la rédaction**.

LES CINQ DROITS DE LA CHARTE

1. Les journalistes revendiquent **le libre accès** à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. **Le secret des affaires** publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception en vertu de motifs clairement exprimés.
2. Le journaliste a le droit de **refuser toute subordination** qui serait contraire à la ligne générale de son entreprise, telle qu'elle est déterminée par écrit dans son contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.
3. Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion **qui serait contraire** à sa conviction ou sa conscience.
4. L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement **informée** de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins **consultée**, avant décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion de journaliste.
5. En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant sa sécurité matérielle et morale ainsi qu'une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir **son indépendance économique**.

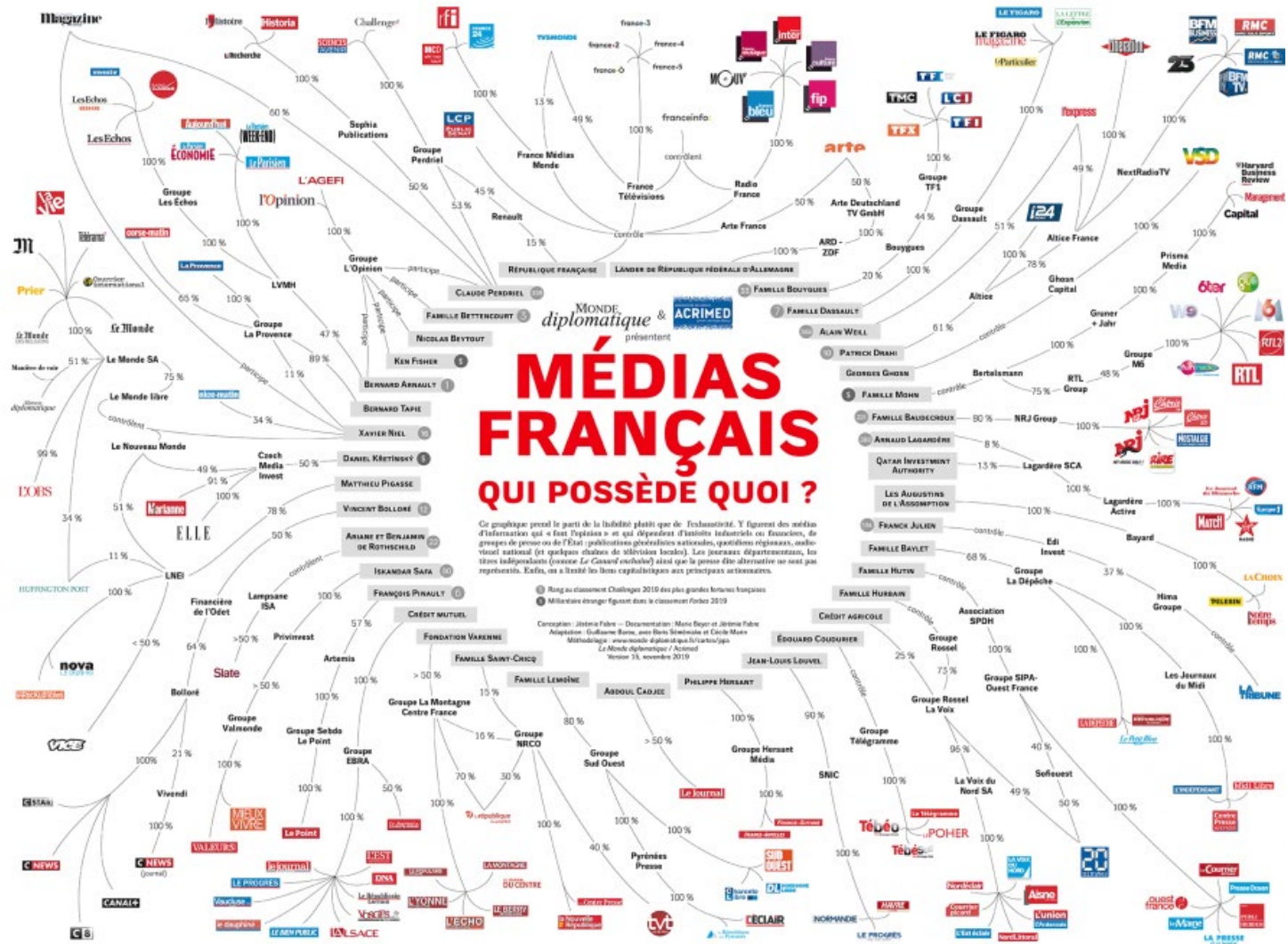


Les médias, à la fois institutions et industries

Les médias comme industries: des réalités difficiles

- **Activité couteuse (terrain) et très concurrentielle (l'info gratuite est partout)**
- **Gérer l'imprévu/l'urgence avec des délais très contraints, caractère périssable de l'information**
- **Le journalisme n'est pas une activité libérale: contraintes organisationnelles et hiérarchiques, distribution du travail**
- **Sous-financement: prix inférieur au prix de marché, dépendance aux annonceurs, aux aides publiques, aux actionnaires (modèles économiques très variés, concentration)**

Les médias, à la fois institutions et industries



**De la presse écrite aux réseaux
socio-numériques: qui parle?**



Eviter le « médiacentrisme »

Les médias ne sont pas le point de départ des discours, ils en sont les « gatekeepers »

- Agenda setting (Mc Combs & Shaw 1974)

- Porteurs de cause, compétition des cadrages (Entman 1993)

→ Cadres médiatiques

- Rapport aux sources: statut des sources, moyens des rédactions

→ « Définisseurs primaires » (élus politiques, experts, agences de presse)



Le développement d'internet et des réseaux socio-numériques

- Raccourcissement du temps médiatique
- Du gatekeeping au gatewatching
- Plateformes = principales portes d'entrée vers les contenus
- Imposition des logiques de « l'engagement »: like, partages, commentaires
- Toutes les paroles ne se valent pas, mais un « post » est un post: effet d'aplanissement des discours
- Nécessité d'une éducation aux médias (pas que pour les adolescents)

**Quand et comment différents
médias parlent-ils de la laïcité?**

La laïcité, un objet médiatique complexe

- Une représentation sociale normative
- Une événementialisation politique et médiatique
- Des appropriations politico-culturelles antagonistes et une forte dimension identitaire
- Un environnement législatif fluctuant malgré les fondations de 1905
- Des registres d'argumentation variés





L'événementialisation

La laïcité en « événements médiatiques »:

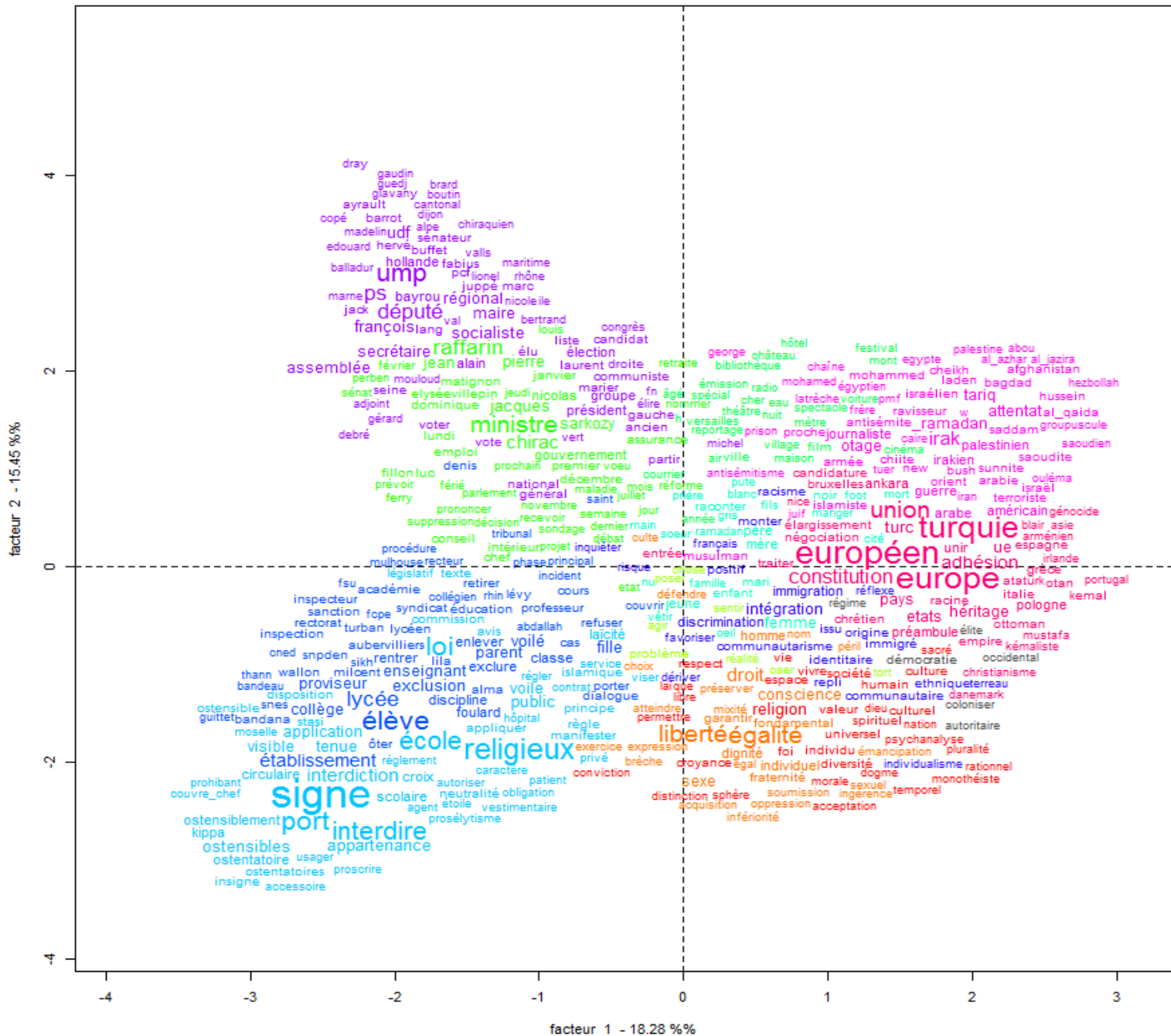
- **1989**: première « affaire du voile » en 1989 à Creil
- **2003-2004**: deuxième événement similaire à Aubervilliers, puis rapport Stasi sur le port de signes religieux dans les établissements scolaires publics
- **2005**: caricatures de Mahomet (Danemark puis en France dans Charlie Hebdo)
- **2007-2008**: discours de N. Sarkozy au Latran puis venue de Benoit XVI en France
- **2009-2010**: loi sur le voile intégral
- + **Depuis 2010**: Attentat à Charlie Hebdo, assassinat de Samuel Paty, polémiques sur le Burkini, loi dite « contre le séparatisme », etc.

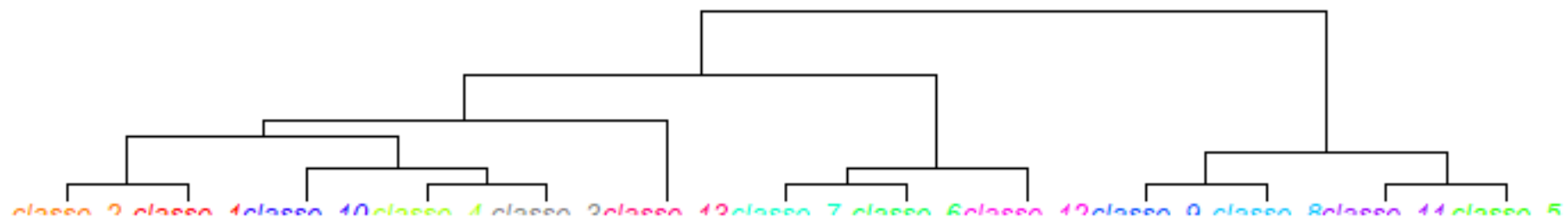
Le traitement médiatique de la laïcité

- 3467 articles contenant le mot « laïcité » publiés entre septembre 2003 et octobre 2004 par:

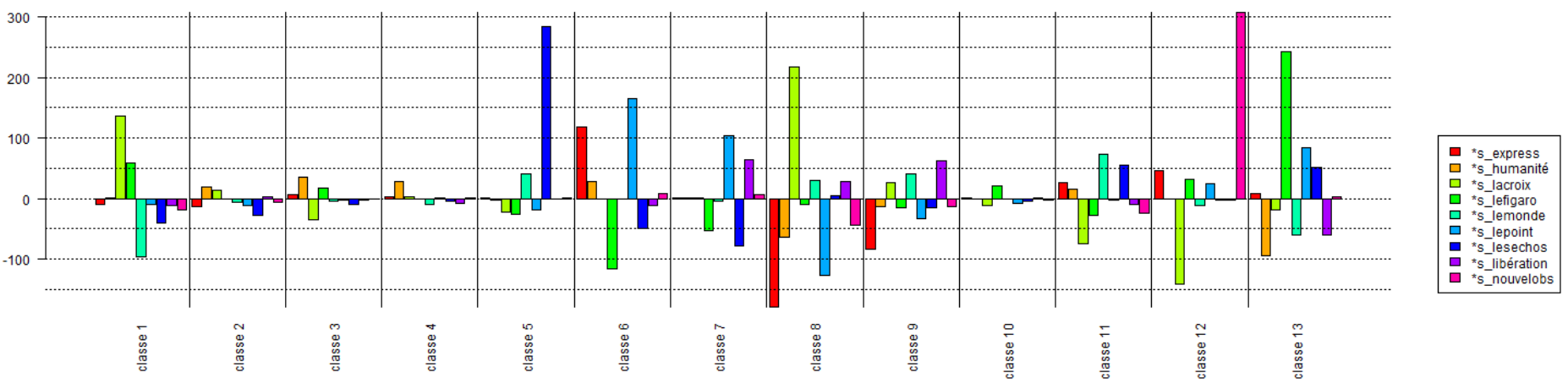
- Le Figaro
- Le Monde
- La Croix
- Libération
- L'Humanité
- Les Echos
- L'Express
- Le Point
- Le Nouvel Obs







égal relig intég prob mon euro femr ville irak élève signump minist
 liber spiritu immi politic dém euro mère film _ram lycée religieps raffa
 droit valeur discr pose crise turqu père année atten établi:port dépu chirac
 sexe humai issu sentir force union Jeune maiso otage voilé loi udf jacque
 consc vivre immi réalité régim consti mari ciném tariq fille interd social pierre
 homm vie identi chose dém adhés racont village guerre exclus école franç Jean
 dignité culture comn compluiss turc fils nuit améri collèg interdi région sarkoz





Pour (ne pas) conclure

Des questions inhérentes aux médias:

- Propriété et concentration des médias, contraintes temporelles
- Identités éditoriales parfois contestables et éloignées des idéaux journalistiques
- Accès très inégal des différentes parties prenantes à la tribune médiatique

Des questions inhérentes à la démocratie:

- Un héritage socio-historique et socio-culturel faits de conflictualités (héritage colonial et décolonial)
- Une gestion politique et législative en partie dépendante de l'événementialisation médiatique

→ On a les médias qu'on mérite! Nécessité de soutenir le journalisme indépendant économiquement, de construire son pluralisme en réception, de chercher à diversifier les angles et arguments plutôt qu'à conforter ses opinions