



OURAGANS SUR LES MEDIAS

L'offensive politique de Sarkozy et de sa majorité sur le front des médias ne relève pas des catastrophes naturelles, même si cette offensive invoque la prétendue fatalité technologique de la révolution numérique et la prétendue fatalité économique du capitalisme médiatique. Des options politiques cohérentes se découvrent peu à peu. Il faut prendre la mesure de cette offensive d'ensemble si l'on veut prendre la mesure de l'actuelle contre-réforme de l'audiovisuel public.

La suppression de la publicité sur les chaînes publiques, du moins telle qu'elle est programmée, sans compensation suffisante, ni le moindre moyen de développement, est d'abord un cadeau offert aux télévisions privées.

Soumise à un financement réduit et aléatoire, la télévision publique sera la proie de tous les chantages budgétaires.

Placée sous la tutelle directe du pouvoir exécutif, elle dépendra pour l'essentiel de sa volonté, de ses rodomontades et de ses caprices.

Confrontée à de puissantes chaînes privées, ses programmes, soumis à un cahier des charges contraignant, risquent de ne pouvoir opposer à « télé démagogique », qu'une « télé pédago » qui, tout à la fois, se détournerait de l'audience populaire et briderait la créativité que l'on est en droit d'attendre d'une télévision publique.

OURAGANS ?

... Une prétendue « refondation » de l'audiovisuel public, gagée sur la suppression de la publicité, mais sans compensation suffisante ni, *a fortiori*, aucun moyen de développement supplémentaire.

... Des Etats généraux de la presse qui majorent la représentation des patrons de presse et minorent celles des journalistes. Des Etats généraux qui excluent toute forme de participation des lecteurs et de tous les médias associatifs et dont les principales conclusions sont déjà écrites avant qu'ils ne se réunissent.

... Une action publique pour les groupes privés : autorisation d'une deuxième coupure publicitaire ; projets de suppression des seuils de concentration pour permettre aux groupes privés de devenir des groupes multimédias : projet de privatisation de l'AFP.

... Et rien pour les médias associatifs du tiers secteur. Au contraire : il suffit de laisser s'abattre les ouragans du libéralisme économique sur les radios associatives pour que, privées d'une grande partie de leurs ressources et confrontées au passage, à tarif exorbitant, au numérique, elles cessent enfin d'émettre.

... Et quand le soleil brillera enfin sur ces ruines, le meilleur des mondes médiatiques sarkozien naîtra enfin.

Transformée en entreprise unique, sa survie dépendra de mesures d'économie et de rationalisation managériales dont les statuts, l'emploi et les conditions de travail des salariés risquent de faire les frais.

Est-ce un « Banthoustan audiovisuel » qui se profile ? On peut le craindre. C'est, en tout cas, un « global media » de seconde zone qui se prépare. En effet la contre-réforme de l'audiovisuel public elle-même est un « baobab qui cache la forêt ». Un baobab, certes, mais qui dissimule des projets beaucoup plus ambitieux. En effet, il ne s'agit pas seulement de soutenir les télévisions privées, mais de permettre à celles-ci de s'intégrer à des groupes multimédias privés et concentrés, dont on nous dit qu'il devrait être « de taille internationale » : entendons de petits Murdoch français, grenouilles qui tenteront (en vain sans doute, mais non sans effets ravageurs) de devenir aussi grosses que le bœuf.

Les groupes multimédias privés sont d'ores et déjà plus puissants que la télévision publique, mais selon l'actuelle majorité, ils doivent bénéficier, à leur demande, de moyens de concentration pratiquement illimités. Or ces groupes multimédias concentrés ne peuvent l'être davantage qu'à la condition que l'on fasse sauter tous les verrous qui entravent la concentration, qu'il s'agisse des limites à la possession de plusieurs médias, des limites à propriété capitaliste ou des limites imposées par les seuils d'audience. Logiquement, la presse écrite est invitée par le rapport Giuzzi à s'inscrire dans ce dispositif, en s'adossant aux groupes privés, voire même en se laissant absorber par eux.

On l'a compris : de la mise en concurrence de ces groupes privés concentrés ne pourront naître, si le terme est atteint, que des oligopoles. On en est encore loin mais des forces puissantes agissent en ce sens. Parmi ces forces : les groupes privés des télécommunications, géants économiques à côté desquels les groupes médiatiques privés font figure de nains et le secteur public de l'audiovisuel dans sa version Sarkozy de lilliputien.

Des urgences défensives s'imposent secteur par secteur auxquelles il convient de faire face lucidement. Mais comment ne pas déplorer qu'à une offensive globale ne réponde pas une riposte d'ensemble ? Et qu'à une politique d'ensemble ne réponde pas une autre politique ?