Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1996-1997)

Heft: 2 + 1

Artikel: Culture, politique et médias : les nouveaux maîtres à penser

Autor: Beaud, Paul / Panese, Francesco

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790765

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Paul Beaud & Francesco Panese

Culture, politique et médias: Les nouveaux maîtres à penser

Dans la mesure où les relations entre les intellectuels et les médias sont liées à leur degré d'autonomie réciproque, ces modifications structurelles se traduisent par un double mouvement: une partie de la production intellectuelle tend à devenir de plus en plus médiatique et, dans le même temps, certaines activités journalistiques tendent à s'intellectualiser. A la croisée de ces deux évolutions émerge une figure hybride: elle s'incarne dans le journaliste intellectuel et l'intellectuel journaliste. Dans ce qui suit, nous tenterons de dresser à grands traits la genèse de cette nouvelle instance sociale médiatico-intellectuelle.

1. Le philosophe masqué

Le 6 avril 1980, le journal *Le Monde* publiait un entretien avec un ***philosophe masqué.*** Un intellectuel de renommée internationale choisissait de garder l'anonymat pour s'exprimer dans la presse. Chaque question avait été préparée avec l'interviewer et l'interviewé prit soin de réécrire après coup chacune de ses réponses. Tous les indices permettant de l'identifier furent gommés. Ce n'est qu'après sa mort que l'on sut qu'il s'agissait de Michel Foucault (Foucault, 1994, T 4: 104).

Cet épisode témoigne ***a contrario*** d'une transformation importante des relations que les intellectuels entretiennent avec les médias. Au seuil des années 80, la médiatisation du discours des intellectuels et de leurs oeuvres semble, plus que jamais auparavant, supplantée par la personnalisation à outrance des nouvelles stars de la pensée.

Durant les trente dernières années, on a assisté en France à un transfert du micro-milieu des pairs vers les médias et le marché des instances de légitimation et de consécration de la production intellectuelle. Dans la mesure où les relations entre les intellectuels et les médias sont liées à leur degré d'autonomie réciproque, ces modifications structurelles se traduisent par un double mouvement: une partie de la production intellectuelle tend à devenir de plus en plus médiatique et, dans le même temps, certaines activités journalistiques tendent à s'intellectualiser. A la croisée de ces deux évolutions émerge une figure hybride: elle s'incarne dans ***le journaliste intellectuel*** et ***l'intellectuel journaliste.*** Dans ce qui suit, nous tenterons de dresser à grands traits la genèse de cette nouvelle instance sociale médiatico-intellectuelle.

2. Genèse d'une nouvelle intelligentsia

Dans son ***Plaidoyer pour les intellectuels***, écrit en 1965, Sartre oppose l'intellectuel „non mandaté", „qui se mêle de ce qui ne le regarde pas", à une nouvelle intelligentsia salariée, produit de l'extension de la division du travail dans les sociétés modernes. Selon Sartre, ce groupe des „techniciens du savoir pratique" est strictement défini, dans sa composition et ses fonctions, par les besoins de l'économie:

> (...)la production de masse, par exemple, implique un développement considérable de la publicité, d'où un nombre sans cesse croissant de techniciens-psychologues, de statisticiens, d'inventeurs d'idées publicitaires, d'artistes pour *réaliser* celles-ci, etc., ou l'adoption de l'*human engineering* implique le concours direct de psycho-techniciens et de sociologues (...). Aujourd'hui, la chose est claire: l'industrie veut mettre la main sur l'université pour obliger celle-ci à abandonner le vieil humanisme périmé et à le remplacer par des disciplines spécialisées, destinées à donner aux entreprises des testeurs, cadres secondaires, ***public relations***, etc. (Sartre, 1972: 388)

Sartre met en place l'un des éléments principaux de la problématique des évolutions des relations entre intellectuels et journalistes. Il attire l'attention, tout d'abord, sur une évolution structurelle de la population des pays industriels, sur le fort accroissement du groupe des producteurs intellectuels, sortis de l'université, accroissement qui sera souvent ultérieurement invoqué pour analyser les évolutions du marché des biens culturels. Il souligne les différences mais aussi les proximités qu'entretiennent ces techniciens du savoir pratique avec les intellectuels, puisque ces derniers ne peuvent être issus que de cette nouvelle catégorie de salariés, pour autant qu'ils cessent de mettre leur savoir au service d'intérêts particuliers. Enfin, Sartre met en évidence les évolutions déjà perceptibles du système universitaire qui seront reprises plus loin pour expliquer ce sur quoi nous reviendrons longuement: l'actuelle tendance à l'hybridation de deux milieux, les journalistes et les intellectuels, de deux institutions, les industries de l'information et de la culture et l'université, qui n'ont longtemps entretenu que des rapports distants, voire hostiles.

Symptomatiques sont à cet égard les prises de positions exprimées à la même époque dans des revues d'intellectuels critiques hors parti, souvent anciennement membres du Parti communiste; ainsi ce jugement exprimé en 1960 par Edgar Morin dans un numéro de la revue *Arguments* consacré aux intellectuels:

> La spécialisation scientifique, la spécialisation technicienne, en accroissant quantitativement l'intelligentsia, a atrophié le nombre des intellectuels proprement dits. Du même mouvement, les hommes d'intelligence

spécialisée et les intellectuels non spécialisés ont perdu l'accès à une culture globale; les uns parce qu'enfermés dans leur spécialité, les autres parce que livrés au journalisme, à la littérature, à la philosophie scolaire, à la pseudo-politique. Les problèmes généraux de culture et de savoir sont inévitablement livrés à la frivolité, à la prétention, aux modes, aux slogans. (Morin, réédition 1983: 38-39)

Et Morin d'enchaîner sur un thème qui focalisera la réflexion durant toute cette décennie, celui de la technocratie montante:

(...) ingénieurs, planificateurs, administrateurs, chercheurs sont produits en masse. Chacun de ces techniciens possède son savoir spécialisé mais il n'a plus accès à ***l'Aufklärung***. (...) Et c'est le grand divorce, la grande rupture au sein de l'intelligentsia: les „intellectuels" n'ont plus accès au savoir dispersé dans les multiples spécialisations, et les techniciens n'ont plus accès à la conscience globale. L'intelligentsia technicienne ne fait pas que s'accroître de façon ininterrompue: c'est la classe de l'avenir; le progrès social tend effectivement à drainer toutes les couches sociales vers la technocratie. C'est la future classe *universelle* (...). (Morin, réédition 1983: 40)[1]

On retrouvera les mêmes analyses, apparemment presque mot pour mot, au début des années quatre-vingts. Max Gallo, écrivain à succès devenu porte-parole du gouvernement de gauche récemment arrivé au pouvoir, interpelle les intellectuels dans un article publié par le quotidien *Le Monde*, leur reprochant leur silence, leur manque d'appui aux nouveaux dirigeants socialistes. Le philosophe Jean-François Lyotard lui répondra dans le même journal, sous un titre qui allait devenir celui d'un livre, *Tombeau de* ***l'intellectuel et autres papiers.*** Connu comme théoricien de la post-modernité, Jean-François Lyotard reproche à Max Gallo de se tromper de cible, en appelant les intellectuels à soutenir la gauche:

Son appel sollicite plutôt des concepteurs, des experts, des décideurs, des intelligences certes, mais qui assument ou auront à assumer des responsabilités administratives, économiques, sociales, culturelles (...). Les „intellectuels" sont plutôt, me semble-t-il, des esprits qui, se situant à la place de l'homme, de l'humanité, de la nation, du peuple, du prolétariat, de la créature ou de quelque entité de cette sorte, c'est-à-dire s'identifiant à un sujet doté d'une valeur universelle, décrivent, analysent de ce point de vue une situation ou une condition et prescrivent ce qui doit être fait pour que ce sujet se réalise ou du moins pour que sa réalisation progresse. (Lyotard, 1984: 11-12)

Selon Lyotard, l'appel lancé aux intellectuels néglige ainsi les clivages de fait dans les professions liées aux „tâches de l'intelligence". Lyotard refuse le qualificatif d'intellectuels à tous ceux qui, formés aux sciences exactes, aux technologies de pointe ou aux sciences humaines, exercent des responsabilités dans les administrations civiles, économiques et sociales.

On ne saurait enfin passer sous silence la contribution à ce débat d'un des plus emblématiques des intellectuels français, Régis Debray, que ses engagements ont mené des guérillas sud-américaines aux coulisses de l'Elysée. Il est en effet celui qui, le premier et le plus clairement, a mis en relation le déclin des intellectuels, la croissance d'une nouvelle intelligentsia et le transfert de l'université vers les médias et vers le marché des instances de légitimation de la production intellectuelle. Dans son ouvrage *Le pouvoir intellectuel en France,* Debray écrit:

En reculant les bornes de l'écoute, les mass media ont (...) multiplié les sources de légitimité intellectuelle, en englobant l'étroite sphère de l'intelligentsia professionnelle, source classique de légitimité, dans des cercles concentriques plus larges, moins exigeants et donc plus faciles à gagner. (Debray, 1979: 96)

Mais Debray ajoute que les intellectuels eux-mêmes sont responsables de ce transfert vers les médias des instances de légitimation, citant pour illustrer cela un article du fort peu médiatique philosophe Gilles Deleuze:

Le journalisme, en liaison avec la radio et la télé, a pris de plus en plus conscience de sa possibilité de créer l'événement (...) Le journalisme découvrait en lui-même une pensée autonome et suffisante. (...) Les intellectuels et les écrivains, même les artistes, sont donc conviés à devenir journalistes s'ils veulent se conformer aux normes. C'est un nouveau type de pensée, la pensée-interview, la pensée-entretien, la pensée-minute (...). Tout a commencé avec la télé, et les numéros de dressage que les interviewers ont fait subir aux intellectuels consentants. (Deleuze, cité par Debray, 1979: 112)

2.1 Un nouveau marché de la culture

Il ne serait guère utile d'accumuler ici les preuves chiffrées d'un phénomène qu'ont connu tous les pays industrialisés d'Europe et d'Amérique du Nord durant ces trente dernières années: leur passage d'une économie dominée par le secteur industriel à une économie où le secteur tertiaire représente désormais en valeur plus de la moitié de leur produit national brut. Cette transformation s'est bien évidemment traduite par une profonde évolution de la structure socioprofessionnelle de leurs populations et par une élévation générale de leur niveau d'éducation. Ce qui doit retenir ici notre attention, ce sont les transformations qui se sont produites conjointement dans la structure de production et de diffusion des biens culturels.

L'élargissement de ce que la sociologie française a nommé tout à tour „nouvelle petite bourgeoisie intellectuelle" ou „nouvelle classe moyenne" est en effet liée à une nouvelle segmentation du marché des produits culturels, hier organisé selon un modèle dichotomique: industrie culturelle de masse d'une part, d'autre part marché restreint de la „culture cultivée", pour reprendre ce pléonasme volontaire d'Edgar Morin. Entre les deux s'est rapidement développé ce que Pierre Bourdieu a appelé la „culture moyenne". Par là, Bourdieu entend tout un ensemble de

productions – émissions de télévision, périodiques, etc. – dont la référence est la culture légitime (scientifique, littéraire, artistique), et qui tentent de se faire passer pour ce qu'elles ne sont pas, à seule fin de conquérir un public pour lequel la culture constitue, comme il le dit, une référence anxieuse en même temps qu'un objet de fausse reconnaissance: adaptations littéraires, orchestrations de musique savante, digests multiples, etc., en bref des produits ayant l'apparence de la légitimité et en même temps accessibles économiquement et rendus accessibles culturellement.

D'une manière générale, les produits de culture moyenne peuvent se définir, en terme de production comme de consommation, par leur situation dans l'ensemble du marché des biens symboliques, leur rattachement à un système de production qui est celui de l'industrie culturelle – que Bourdieu appelle le champ de grande production – et leur prétention à appartenir au champ de production restreint. A titre d'exemple, on pourrait citer ici les programmes de télévision tels qu'émissions d'information, émissions littéraires et culturelles, dont les statistiques montrent qu'elles sont principalement appréciées par les couches moyennes supérieures de la population et par contre rejetées aux deux extrêmes de l'échelle des hiérarchies sociales et scolaires, pour des raisons évidemment opposées: jugées trop scolairement didactiques par les uns, elles sont estimées trop difficiles d'accès pour les autres, qui attendent surtout de la télévision un moyen de distraction. Leur public est donc construit par un mécanisme double de sélection: sélection par le bas par des marqueurs „cultivés", sélection par le haut par l'évitement de tout ce qui risquerait de disqualifier le lecteur ou le spectateur, c'est-à-dire en particulier l'allusion, l'autoréférence, etc. (Bourdieu, 1971).

Dans un article consacré à ***„L'intellectuel et ses publics: les singularités françaises"*** Raymond Boudon a développé une notion qui permet de conceptualiser un aspect important de ces nouveaux rapports à la culture, dans la perspective du marché et de la demande sociale: la tendance à l'intellectualisation de la vie privée. Boudon attire en effet l'attention sur un mode nouveau d'intervention des intellectuels dans la sphère publique contemporaine (Boudon, 1982). Il relève que nombre de comportements hier largement réglés par la tradition (comportements sexuels, éducatifs, alimentaires, etc.) font aujourd'hui l'objet d'un processus de „rationalisation", au sens weberien du terme. Ce processus concerne de toute évidence particulièrement les nouvelles classes moyennes, premières bénéficiaires de l'élargissement de l'accès à l'université dès les années soixante. Pierre Bourdieu est sans aucun doute celui qui a le mieux décrit cette évolution, dans son *Homo academicus*:

> (...) l'accroissement de la population des étudiants et aussi des enseignants subalternes a été au principe d'un accroissement quantitatif de la demande de produits culturels et d'une transformation qualitative de cette demande: il est certain en particulier que toutes les „nouveautés" intellectuelles trouvent leur public d'élection parmi les étudiants des disciplines nouvelles des facultés des lettres, intellectuels d'aspiration aux catégories de perception et d'appréciation mal fixées, portés à adopter les signes extérieurs de la profession intellectuelle et souvent enclins à se satisfaire de versions en simili des sciences à la mode (...). Et cela au moment où des producteurs d'un type nouveau trouvaient dans les possibilités offertes par ce public nouveau (et par les éditeurs attachés à la conquérir) l'occasion d'imposer une redéfinition des limites du publiable, d'abolir les frontières entre la recherche et l'essayisme ou le journalisme, et de faire passer des produits de culture moyenne pour d'authentiques conquêtes d'avant-garde. (Bourdieu, 1984: 156-157)

2.2 La crise de l'institution universitaire

Cette rencontre entre un public nouveau et de nouveaux produits intellectuels ne peut se comprendre sans prendre également en considération l'évolution de l'université elle-même, en particulier la remise en cause de ses modalités internes d'évaluation de la production intellectuelle.

Dans un récent ouvrage, l'historien Christophe Charles a décrit comment, jusqu'à la deuxième guerre mondiale, l'université et surtout ses institutions les plus prestigieuses ont pu conserver, grâce notamment à leur mode de recrutement, un strict contrôle sur leur propre fonctionnement et plus largement sur la vie intellectuelle, sur ses hiérarchies: commissions internes de recrutement, jurys de thèses, comités de rédaction des revues étaient autant de moyens de maintenir le pouvoir des pairs sur la production scientifique et sur la distribution des gratifications matérielles et symboliques, dans un milieu aux effectifs encore réduits (Charles, 1994).

Le très rapide accroissement de la population universitaire, dès les années soixante, a profondément affecté ce mode de fonctionnement, d'autant plus que ses effets se sont combinés à des facteurs externes: élargissement d'un public „quasi-intellectuel" (Ross, 1991), comme on l'a vu; sollicitations du marché de l'édition et des médias, comme on va le voir; enfin, augmentation très forte des crédits publics de recherche contractuelle, particulièrement à destination des sciences sociales, fortement mises à contribution au lendemain des „événements" de mai 1968, pour apporter réponse à ce qui est devenu une rubrique nouvelle dans la presse: les „problèmes de société".

Bourdieu (1984; 1989) relève que le rapide accroissement des effectifs des enseignants universitaires s'est accompagné par ailleurs d'un fort recul de leur rémunération, notamment par rapport à d'autres catégories de la fonction publique, et s'est aussi et surtout traduit par une dévaluation symbolique du statut des fonctionnaires de l'enseignement supérieur, hier fondé largement sur la rareté des postes. Cette dévaluation est d'autant plus ressentie, aux niveaux inférieurs à celui de professeur, que l'accès au sommet de la hiérarchie devient d'autant plus difficile que le nombre de postulants augmente. Ces facteurs expliquent largement ce que Bourdieu appelle „la pénétration du modèle américain dans la vie intellectuelle

française", c'est-à-dire notamment la recherche de rémunérations matérielles complémentaires et d'une restauration de leur statut symbolique par des collaborations dans le domaine du journalisme et de l'édition:

> On voit (...) comment les changements économiques parviennent à affecter les structures spécifiques du champ intellectuel et comment l'altération des fondements économiques et sociaux de l'autonomie universitaire peut, en conjonction avec une transformation des dispositions éthiques associées à un changement du personnel modal, contribuer à transformer le style de vie intellectuel. (Bourdieu, 1989: 298)

Les sciences humaines pourraient fournir l'un des exemples les plus caractéristiques de ces transformations. Rompant avec une tradition de production essentiellement théorique, jadis condition d'accès aux échelons les plus élevés de la carrière universitaire, nombre de jeunes chercheurs en sciences humaines se sont tournés, dès les années soixante-dix, vers des objets de recherche offrant un double avantage, en matière de financement et de légitimité: celui d'être désignés comme „problèmes de société" à la fois par les administrations publiques et par les médias. L'intérêt ainsi manifesté dès cette époque par les sciences sociales pour les médias pourrait illustrer cette réflexion de Bourdieu concernant les stratégies de ceux qui, choisissant des objets hier jugés „futiles", „attendent souvent d'un autre champ, celui-là même qu'ils étudient, les gratifications que le champ scientifique leur refuse d'avance (....)" (Bourdieu, 1975: 5). Ainsi, une notoriété acquise principalement par des voies qui auraient hier rédhibitoirement disqualifié un intellectuel auprès de ses pairs (presse, télévision, voire carrière politique) peut être aujourd'hui convertible en une position institutionnelle à l'intérieur de l'université.

2.3 L'autonomisation du champ journalistique

Pour que les évolutions que nous venons de tenter de cerner – nouveaux producteurs intellectuels, nouveaux produits, nouveau public – déploient tous leurs effets, il fallait enfin qu'elles s'appuient sur de nouvelles formes de médiations, externes au milieu universitaire des pairs, gardiens traditionnels de la légitimité de l'activité intellectuelle. On situera cette médiation dans l'évolution récente du champ journalistique, dans la paradoxe d'une presse écrite et audiovisuelle apparemment de plus en plus soumise à la seule logique économique – avec notamment la mise en concurrence des télévisions publiques et privées dans la dernière décennie – et au sein de laquelle, en même temps, s'est constituée une élite désireuse d'affirmer son identité et son autonomie, vis-à-vis aussi bien des milieux politiques qu'intellectuels.

Les archives de la presse, de la radio et de la télévision offrent une illustration frappante de ces évolutions, particulièrement dans le cas des rapports entre journalistes et intellectuels. Jusqu'aux années soixante, les intellectuels n'interviennent généralement dans les médias que sur le ton de la conférence magistrale, du cours enregistré ou filmé. Quand dialogue il y a avec un interviewer, c'est sur le mode de la relation du maître à l'élève respectueux, dont on trouve à la même époque le parallèle dans la relation entre représentant politique et journaliste.

De multiples mutations internes du système médiatique vont considérablement modifier la nature de ces rapports. Il faut bien sûr évoquer en premier lieu le rôle dominant que va acquérir la télévision dans la hiérarchie des médias, et qui fournira à ceux qui y travaillent, les journalistes en particulier, une légitimité dont beaucoup semblaient auparavant douter, vis-à-vis de leur collègues de la presse écrite. A preuve cette réflexion d'Anne Sinclair, journaliste vedette de la chaîne privée TF1:

> L'époque des complexes à l'égard des journalistes de la presse écrite, qui avaient tendance à se prendre pour des penseurs par opposition aux speakers de l'audiovisuel, est bel et bien révolue. (cité par Le Grignou et Neveu, 1991: 88)

Dans leur ouvrage *Voir la vérité - le journalisme de télévision*, Hervé Brusini et Francis James ont montré comment cette évolution s'était traduite à la télévision par le passage d'un „journalisme d'enquête" à un „journalisme d'examen". Dans les années soixante, expliquent-ils, l'information télévisée est dominée par l'événement. Le journalisme consiste à être sur place et à montrer: il est „empirique". Mais dès la fin des années soixante, cette information télévisée manifeste un changement d'orientation qui se concrétise, par exemple, par la multiplication des émissions de plateau. L'actualité s'émancipe de l'événement, cède la place aux débats, au journalisme d'explication, aux dossiers consacrés aux „faits de société". Au départ, ce sont des scientifiques qui sont conviés à participer à cette évolution, significative d'un esprit scientiste, selon le philosophe François Châtelet, postfacier de Brusini et James. Mais bientôt, comme l'avait annoncé Gilles Deleuze, ce seront les journalistes eux-mêmes qui revendiqueront cette place.

3. L'hégémonie du champ journalistique

Pour comprendre l'état actuel des évolutions que nous avons décrites, un bref détour s'avère maintenant nécessaire, à titre illustratif, avant de revenir à la question des rapports entre champ intellectuel et champ journalistique. Leur restructuration s'apparente de très près en effet à celle des relations qu'entretiennent les médias avec le champ politique. Une forte homologie peut ainsi être constatée dans le mode de transformation de ces deux types de rapports, durant ces trente dernières années.

3.1 Champ journalistique et champ politique

Personnalités politiques comme intellectuels considéraient les médias, dans les années soixante, comme une tribune ou une chaire et les journalistes comme simples intermédiaires, faire-valoir de leurs pensées et de leurs convictions. Cette situation a depuis radicalement changé. En témoigne à l'évidence, par exemple à la télévision, la transformation de l'interviewer respectueux d'hier en un

interlocuteur interpellant ses invités au nom de „l'opinion publique" et de ses propres convictions. Ce changement s'observe bien dans les dispositifs des émissions de plateau: les cadrages, les mouvements de caméra champ-contrechamp tendent à donner au journaliste une position d'égalité vis-à-vis de ses interlocuteurs, voire une position centrale.

Lorsqu'il interviewe une personnalité politique, le journaliste occupe aujourd'hui, concrètement et symboliquement, la place hier réservée à l'adversaire, par exemple dans les grands débats des campagnes électorales, débats dont il est maintenant et pour le moins l'arbitre fort actif. Plus encore, il est courant de le voir occuper un siège situé au centre d'une agora circulaire, d'où il apostrophe à tour de rôle intellectuels, savants ou politiciens, installés autour de lui sur les gradins. Il aurait été de même inconcevable, il y a encore quelques années, qu'un journaliste convoque au journal télévisé un ministre ou un leader politique pour ne lui laisser la parole que quelques secondes, en réponse à des questions purement factuelles, comme cela est maintenant chose courante.

Quelques comparaisons échelonnées dans le temps indiquent qu'on est passé d'un régime d'échange dans lequel le journaliste se contentait d'extraire des propos de l'interviewé matière à „relancer" son propos, à un régime où l'ordonnancement des thèmes et des questions est fixé à l'avance par l'interviewer qui dispose d'un jeu de fiches qui constitue une sorte de script de l'émission auquel l'interlocuteur est tenu de se soumettre. Ce que révèlent ces jeux de position directement observables est d'une importance sociologique essentielle: ils indiquent à quel point les médias – et au premier rang d'entre eux la télévision – ont affecté le fonctionnement interne des champs qui leur fournissent matière à information et à commentaire, les jeux qui y sont joués, les produits, politiques ou intellectuels, qui en sortent.

Affirmer que la télévision a modifié les règles du jeu politique pourrait certes paraître ne relever que du truisme pur et simple: l'évidence remonte pour le moins au fameux duel Kennedy-Nixon de 1960. Il y a cependant une différence notable entre ces affrontements télévisés, agendés en fonction du calendrier des institutions politiques, et la visibilité nouvelle que la télévision donne aujourd'hui du monde politique, selon les formes et les exigences propres de sa programmation régulière et non plus d'événements ou d'échéances hors de son contrôle.

Si le journalisme politique a ainsi largement pu imposer le rythme de sa propre production au monde politique, il l'interpelle en effet aussi de plus en plus sur des thèmes dont l'émergence vient moins du politique que d'une collaboration entre les journalistes et cet autre médiateur hybride qu'est le politologue, incontestablement le plus médiatique de cette nouvelle génération d'universitaires „américanisés" dont nous avons parlé plus haut.

Très souvent diplômés d'institutions universitaires prestigieuses où il a de fortes chances d'enseigner encore, conseiller scientifique dans un institut de sondages, quand il n'en est pas directeur, pigiste régulier dans la presse écrite et audiovisuelle en qualité de commentateur, vedette des soirées électorales à la télévision, le politologue-journaliste est aujourd'hui le partenaire indispensable du journaliste-politologue, dans ce jeu de redistribution des rôles entre champ politique et champ journalistique. Comme l'a bien montré Patrick Champagne (1990; 1994), les journalistes ont emprunté aux politologues une arme, le sondage, dont ils se servent pour intervenir „scientifiquement" dans le jeu politique, au nom de la ***vox populi.*** On comprend également comment pouvait s'intégrer dans la logique même du système médiatique l'image „moderniste" de l'exercice de la profession politique qu'ont cherché à imposer les nouveaux politologues, mélange de stratégies publicitaires et plébiscitaires.

Constatons avec Bourdieu que d'une manière plus générale, l'un des effets structurels essentiels de cette connivence entre journaliste-politologue et politologue-journaliste a été de substituer à l'ensemble des médiations traditionnelles qui organisaient le fonctionnement de ces champs la seule médiation médiatique (Bourdieu 1994: 7). De la même manière que, comme on l'a vu, les médias, le marché, la loi du nombre tendent à se substituer aux jugements des pairs, aux revues scientifiques et autres instances traditionnelles d'évaluation de la production intellectuelle, les organisations politiques et syndicales et les diverses associations qui assuraient la liaison entre électorat, militants et dirigeants sont désormais court-circuités par la seule relation directe que ces derniers entretiennent avec la „base", par l'intermédiaire de l'appareil d'information.

3.2 Champ journalistique et champ intellectuel

De la même manière que le journaliste politique tend à conquérir le monopole de l'agenda et de la formulation des „questions politiques", le journaliste de presse et surtout de télévision exerce un pouvoir croissant en matière de légitimation et de consécration des produits culturels. Plus étendu encore est sans doute ici le terrain de cette conquête, puisqu'il concerne des biens de consommation disponibles sur le marché:

> La place des célébrations emphatiques et populicultrices de la culture légitime s'est effondrée. La culture passe désormais largement par des programmes qui appliquent des dispositions cultivées à des produits de légitimation récente (cinéma, rock, connaissances scientifiques et techniques) ou vantent des oeuvres récentes plus que des ouvrages canonisés. (Le Grignou, Neveu, 1991: 71)

Cette articulation relativement récente et qui s'affirme de plus en plus entre production culturelle et promotion médiatique témoigne plus largement d'un réaménagement des compétences et du pouvoir de jugement acquis par les journalistes sur des domaines spécialisés qui, avant d'être investis par les médias, avaient le monopole interne de la légitimation et de la consécration de leurs produits. Cette évolution structurale conduit à une hybridation des statuts et des rôles respectifs des journalistes et des intellectuels, qui se retrouvent dans des positions apparentées du fait de

leur formation (les journalistes sont aujourd'hui majoritairement des universitaires), de la crise des modes de reconnaissance dans leur corporations respectives, de l'émergence de nouveaux types de travail intellectuel et de produits culturels.

Cette situation est le fruit de différentes évolutions. La plus évidente est celle des filières de formation des journalistes et de leur origine. En premier lieu, on constatera qu'ils sont désormais en majorité détenteurs de titres universitaires, mouvement de plus confirmé par le relatif insuccès des filières spécialisées dont la cote est aujourd'hui à la baisse. Mais il faut relever aussi qu'au fur et à mesure que le niveau moyen des diplômes s'élevait et que la profession gagnait en reconnaissance sociale, le parallélisme entre hirérarchie sociale et hiérarchie professionnelle s'est déplacé vers le haut, le sommet de la pyramide, comme l'a montré Rieffel, étant constitué par une élite d'ascendance bourgeoise (professions libérales, hauts fonctionnaires, milieux industriels et financiers, etc.) (Rieffel, 1984, 1992).

Sur le devant de la scène médiatique, c'est cette élite qui incarne le plus l'hybridation que nous avons mise en évidence. S'instaure alors entre journalistes et intellectuels une relation ambiguë, qui a pour condition de possibilité la réduction des différences de statut et de prestige. Faite de connivence et de concurrence, produit des hiérarchies croisées des intellectuels et de journalistes, cette relation prend la forme publique d'un échange de capitaux symboliques: le journaliste puise un prestige médiatique dans la célébrité de celui qu'il interroge, celui-ci accumulant de son côté un capital de notoriété qu'il pourra valider dans d'autres champs: champ académique, mais surtout marché de l'édition.

À la relation entre journaliste et intellectuel, il s'agit en effet d'ajouter une troisième figure: le public. Il est intéressant de noter qu'il est à la fois celui d'une production éditoriale dont la diffusion repose désormais sur la publicité que lui assurent les médias, mais aussi des livres qu'écrivent eux-mêmes les journalistes, en nombre toujours croissant:

Une étude serrée des professionnels de la télévision éclairerait, comme le suggèrent Le Grignou et Neveu, [...] les mécanismes probables d'identité ou d'homologie entre les sensibilités des nouvelles vedettes du petit écran et l'ethos de la nouvelle petite bourgeoisie. La simple lecture de l'abondante littérature de témoignage rédigée par des journalistes de l'audiovisuel offre de riches indications à ce sujet. La sensibilité anti-institutionelle, le refus des formes compassées ou agressives de débat, la valorisation de la culture, la volonté d'affirmer une personnalité, sont autant d'ingrédients constants de ce nouveau genre littéraire. (1991: 73)

Il n'est dès lors pas étonnant de constater que les journalistes à prétention intellectuelle et les intellectuels à aspiration médiatique partagent des modes de légitimation très proches: exister dans le champ intellectuel et le champ journalistique consiste aujourd'hui à développer une image de soi adéquate aux lieux médiatiques de mise en visibilité. L'exemple le plus typique, souvent mentionné dans les débats franco-français, concerne ceux que l'on a appelés les „nouveaux philosophes" (Cf. Pinto, 1994).

La reconnaissance accordée par l'ensemble de la presse écrite et audiovisuelle à ces nouveaux „penseurs du présent" tient bien sûr à la succession des sujets de leurs réflexions (la chute du mur de Berlin, la Somalie, la Bosnie, etc.). Mais si tous les médias contribuent ainsi au phénomène, c'est sans doute à la télévision qu'il est le plus patent. Les émissions littéraires et plus largement culturelles sont devenues des lieux privilégiés de promotion à la fois symbolique et commerciale des productions intellectuelles les plus adéquates à la promotion médiatique: il n'est par rare de voir en librairie, au lendemain d'une émission littéraire à laquelle son auteur était invité, un ouvrage portant en bandeau le titre de la dite émission, comme on le fait pour un prix Nobel de littérature ou un prix Goncourt.

La visibilité médiatique ne concerne bien évidemment qu'une faible partie de l'ensemble de la production intellectuelle: la plupart du temps, ce sont les mêmes auteurs qui sont canonisés à l'écran ou dans les colonnes de la grande presse. Pourtant, elle représente en volume économique une des parts les plus importantes du marché de la culture réputée savante. D'une manière générale, la soumission aux lois du marché tend donc à opérer une recatégorisation des intellectuels. Leur homogénéité est de plus en plus une fiction, celle-là même qui doit être entretenue afin de pouvoir greffer sur des produits culturels accessibles à un public moyen les attributs de la production savante.

La promotion médiatique d'une partie de la production intellectuelle contribue donc à un dédoublement des filières de légitimation et de consécration, opérant par là un clivage entre les intellectuels eux-mêmes. D'un côté, on trouve un „pôle savant" traditionnel où se retrouvent chercheurs et enseignants de niveau universitaire travaillant dans des domaines très spécifiques, ne publiant leurs travaux que dans des revues spécialisées; de l'autre, des philosophes plus „mondains" qui travaillent dans des domaines à vocation généraliste, qui publient dans des revues non spécialisées dont les thèmes sont souvent calqués sur ces artefacts que produisent les médias sous les rubriques „questions d'actualité" ou „problèmes de société".

3.3 L'espace public colonisé

Dans le jeu médiatique, la reconnaissance traditionnelle par les pairs est colonisée par la reconnaissance du *plus grand nombre*, entité abstraite reposant sur les chiffres de l'audimat et le volume des ventes, mais toujours sous couvert d'un jugement qui se donne pour impartial. Le meilleur exemple est sans doute les pratiques médiatiques de classement tels que les *hit-parades* des intellectuels, des œuvres ou des idées élaborés à partir de statistiques de

vente, par sondage ou par un collège de juges „représentatifs", cooptés pour l'occasion.

Sous couvert d'impartialité, ce type de classement permet de mélanger les personnes et les genres. Mesure du poids médiatique se donnant pour une évaluation objective des personnes et des œuvres, le hit-parade des intellectuels affiche souvent côte à côte des universitaires, des romanciers, des représentants des sciences de la nature, des philosophes, des économistes, des cinéastes, des musiciens, des personnalités religieuses, des académiciens, des journalistes, soit une population fortement hétérogène. Produit par les médias, ce genre de classement permet aux journalistes d'imposer une définition des intellectuels la plus proche de leur propre identité:

> [...] c'est seulement en accordant un préjugé favorable aux plus journalistes des intellectuels que les journalistes peuvent affirmer leur appartenance légitime à un champ intellectuel élargi et leur droit de juger les moins journalistes ou journalistiques des intellectuels, dont ils doivent citer malgré tout les plus visibles, sous peine de s'exclure du jeu intellectuel (Bourdieu, 1984: 283).

Relevons enfin ici que les médias contemporains sont plus largement encore caractérisés par une extension considérable des domaines de compétences qu'ils s'attribuent et que leurs sanctions s'appliquent aujourd'hui à des champs qui bénéficient traditionnellement d'une très forte autonomie. Il est de ce point de vue intéressant de relever que certains travaux des représentants des sciences de la nature recueillent maintenant un écho important dans les médias de grande diffusion, parfois avant même que leurs „découvertes" ne soient publiées dans les revues spécialisées. Cette intervention des médias dans le champ scientifique prend un aspect d'autant plus spectaculaire lorsque les dites découvertes semblent mettre en crise de la manière la plus radicale à la fois les paradigmes en vigueur, les institutions scientifiques et leur système de validation des faits.

On a ainsi vu la presse française servir d'amplificateur à une controverse née de la publication dans la revue *Nature* d'un article dans lequel un chercheur de l'Institut national de la santé et de la recherche médicale (INSERM), Jacques Benveniste, faisait part de résultats d'expériences semblant prouver qu'en raison de réactions chimiques encore observables, l'eau conservait la „mémoire" de molécules qui y avaient été dissoutes, cela après un nombre de dilutions tel qu'en théorie, toute molécule devait avoir disparu. En l'occurence, confronté au scepticisme et même souvent à l'hostilité manifeste des milieux scientifiques – y compris de la part de John Maddox, rédacteur-en-chef de *Nature* – c'est le chercheur lui-même qui fit appel aux médias, ce qui provoqua de la part de sa hiérarchie une réaction qui indique que, plus ou moins consciemment, celle-ci craignait que se produise dans ce champ ce qui s'était produit dans d'autres: le transfert à „l'opinion publique" du privilège des pairs d'évaluer le travail scientifique. Significativement, Benveniste reçut de la direction de l'INSERM une lettre l'autorisant à poursuivre ses travaux, au nom de la liberté du chercheur, mais lui enjoignant de renoncer à s'exprimer „en dehors des revues scientifiques de haut niveau" (citéé par Kaufmann, 1993: 78).

Dans la même logique générale, les médias, et la télévision en premier lieu, exercent une action structurelle comparable et de plus en plus marquée sur bien d'autres secteurs de l'activité sociale. Se substituant à la police et à la justice, dans ces émissions aujourd'hui courantes en Europe dont l'objet consiste à rechercher des personnes disparues, voire des criminels présumés, exhibant dans l'espace public ce qui relevait de la sphère privée, du secret du cabinet du médecin, du psychologue ou de l'assistant social comme dans ces programmes où des personnes en difficultés viennent chercher le secours d'un „animateur-spécialiste", les médias tendent à coloniser les principales institutions régulatrices des différentes secteurs de la vie collective.[2]

4. Conclusion

La forte parenté que nous avons tenté de mettre en évidence entre l'évolution des relations entre champ journalistique et champ politique d'une part, et entre champ journalistique et champ intellectuel d'autre part, relève donc d'une pluralité d'évolutions structurelles qu'il convenait de reconstruire dans leur temporalité.

Il est important de souligner ici, pour conclure, ce que ces évolutions révèlent quant au déplacement des frontières qui structurent les sociétés industrielles, quant aux transformations qu'ont connues dans leur ensemble les élites, tant dans leurs origines et leurs itinéraires que dans leur composition et dans leurs appartenances institutionnelles. Comme le suggérait Luc Boltanski:

> [...] de nombreux journalistes, particulièrement ceux qui appartiennent à l'establishment journalistique, ont été formés à Science Po. Or, c'est aussi à Sciences Po que sont formés un grand nombre de patrons, de hauts fonctionnaires, de membres du personnel politique... Produits d'une même institution d'enseignement (et aussi souvent d'une même classe sociale), les journalistes ont ainsi en commun avec ceux sur lesquels portent souvent leur travail, ceux qu'ils doivent interviewer, commenter, critiquer, etc., un immense „cela va de soi": l'univers de discussion risque d'être dans ce cas excessivement réduit par rapport à l'univers de l'indiscuté (cité par Rieffel, 1984: 44).

Même définition commune des situations: voilà comment peut se définir aussi l'espace public d'aujourd'hui.

Ainsi et de même, l'action de la presse sur le travail des intellectuels français et, par là, sur les contenus de la pensée n'est pas le fruit d'une action extérieure et mécanique, d'une loi de Gresham découlant de la seule logique commerciale des médias. L'hybridation dont nous avons parlé tient autant, à des évolutions générales de la structure de la population qu'à une crise de l'université et à une mutation des fonctions journalistiques, mutation que

l'on ne peut analyser en terme de concurrence accrue que si l'on englobe sous ce vocable bien autre chose que des mécanismes économiques.

5. Bibliographie

Boudon, R. (1982) 'L'intellectuel et ses publics: les singularités françaises'. pp. 465-480 in J.-D. Reynaud et Y. Grafmeyer (eds.), *Français, qui êtes-vous?* Paris: La Documentation française.

Bourdieu, P. (1971) 'Le marché des biens symboliques', *L'année sociologique*, 22: 49-126.

Bourdieu, P. (1975) 'Méthode scientifique et hiérarchie sociale des objets', *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1: 4-6.

Bourdieu, P. (1984) *Homo academicus*. Paris: Minuit.

Bourdieu, P. (1989) *La noblesse d'Etat - grande[3]s écoles et esprit de corps*. Paris: Minuit.

Bourdieu, P. (1994) 'L'emprise du journalisme', *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102: 3-9.

Brusini, H. et F. James (1982) *Voir la vérité: le journalisme de télévision*. Paris: P.U.F.

Champagne, P. (1990) *Faire l'opinion*, Paris: Minuit.

Champagne, P. (1994) 'La loi des grands nombres: mesure de l'audience et représentation politique du public', *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102: 10-22.

Charles, Ch. (1994) *La République des universitaires – 1970 -1940*. Paris: Seuil.

Debray, R. (1979) *Le pouvoir intellectuel en France*. Paris: Ramsay.

Foucault, M. (1994) 'Le philosophe masqué', pp. 104-110 in M. Foucault, *Dits et écrits*, Tome 4. Paris: Gallimard.

Gouldner, A.W. (1979) *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*. London: The Macmillan Press Ltd.

Kaufmann, A (1993) 'L'affaire de la mémoire de l'eau - pour une sociologie de la communication scientifique', *Réseaux*, 58: 67-89.

Le Grignou, B. et Neveu, E. (1991) 'Emettre la réception: préméditation et réceptions de la politique télévisée', *Réseaux*, hors série: 65-97.

Lyotard, J.-F. (1984) *Tombeau de l'intellectuel, et autres papiers*. Paris: Galilée.

Morin, E. (1983) 'Intellectuels: critique du mythe et mythe de la critique', pp. 35-40 in*Arguments*. Toulouse: Privat.

Pinto, L. (1984) *L'intelligence en action: Le Nouvel Observateur*. Paris: Métailié.

Pinto, L. (1994) 'Le journalisme philosophique', *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102: 25-38.

Rieffel, R. (1984) *L'élite des journalistes*. Paris: PUF.

Rieffel, R. (1992) 'Journalistes et intellectuels: une nouvelle configuration culturelle', *Réseaux*, 51: 13-23.

Ross, G. (1991) 'French Intellectuals from Sartre to soft Ideology', pp. 47-73 in Ch. C. Lemert (ed.), *Intellectuals and Politics*. Newbury Park: Sage.

Sartre, J.-P. (1972) 'Plaidoyer pour les intellectuels', pp. 375-476 in *Situations VIII*. Paris: Gallimard.

Cet article est une version abrégée d'une contribution au No 3, Vol. 17, 1995, de la revue *Media, Culture & Society:* P. Beaud and F. Panese, 'From one galaxy to another: the trajectories of French intellectuals', p. 385-412.

---

6. Notes

1 On reconnaît là un thème qui sera développé plus tard par Alvin Gouldner, dans *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class* (Gouldner, 1979). L'intérêt du texte de Gouldner est qu'il lie l'ascension de cette nouvelle classe à son accès aux médias, à une sorte de droit de propriété qu'elle entend exercer sur la production culturelle, pour reprendre cette fois une expression de Basil Bernstein.

2 Le numéro 63: 1994 de la revue *Réseaux* porte entièrement sur ces émissions dites de „télé-vérité".

Paul Beaud est professeur à l'Institut de sociologie des communications de masse de l'Université de l'Lausanne.