

LES EXPERTS PRÊTS-À-PENSER

La parole des experts est présentée par les médias comme neutre et objective. Une véritable supercherie.

Isabelle Philippon (CSCE)

Ils sont partout. Les « experts », politiques, économiques, inondent les ondes et les colonnes des gazettes de leurs chroniques, dispensent la bonne parole, décryptent l'actualité politique et, surtout, économique. Ce recours de plus en plus systématique aux experts dans les médias révèle, d'abord, les évolutions profondes de la profession journalistique : les journalistes sont tombés de leur piédestal. Ils ont perdu le statut de maîtres à penser qu'ils avaient acquis tout au long des années mille-neuf-cent-quatre-vingt, alors que, disait-on, s'effondraient les idéologies. Aujourd'hui, donc, les journalistes sont de moins en moins considérés par leurs propres hiérarchies, et ils doivent en outre affronter les sarcasmes et la défiance des citoyens qui

jouissent d'une forte visibilité médiatique, alors que d'autres pas du tout, et ce malgré leur forte notoriété académique. C'est qu'il y a des conditions d'entrée dans le « jeu » médiatique. D'abord, il faut que le sujet de recherche soit dans l'actualité. Un anonyme doctorant qui aurait publié une thèse sur la radicalisation d'une partie des jeunes Molenbeekois au moment des attentats de Paris et qui, en plus, ferait preuve d'aisance oratoire, serait sans nul doute devenu la coqueluche des médias et l'expert en vue. A la condition toutefois, et c'est là la deuxième condition d'une consécration médiatique, que les thèses défendues par le chercheur soient proches de la « doxa » médiatique, autrement dit que l'auteur partage la « vision du monde » des journalistes.

Le problème n'est pas qu'on fasse intervenir des « experts », mais qu'on les présente comme « neutres ».

s'expriment sur les réseaux sociaux : ils sont donc obligés de se replier sur d'autres pourvoyeurs de pensées et d'analyses. Ils recourent alors aux services d'experts, à qui ils délèguent de plus en plus le devoir d'analyse qui leur incombait naguère. A cela s'ajoute un fait objectif : les compétences des journalistes se perdent, les rédacteurs affectés à la recherche d'informations sont de moins en moins nombreux, et le diktat de l'urgence est un frein à un travail de qualité. Alors, on fait naturellement appel à des ressources extérieures : recueillir des informations auprès de sources réputées crédibles réduit le temps (et les frais) d'enquête.

N'est pas expert qui veut

Devenir un « expert » en vue dans les médias, ça se mérite. Certains intellectuels, certains chercheurs,

eux-mêmes. Il faut répondre favorablement à leurs sollicitations, qui peuvent être fréquentes. Au début, ces sollicitations seront prudentes : les journalistes testeront la faculté de l'expert à vulgariser, à rendre clair, à parler au plus grand nombre et à s'en faire comprendre. Si l'expert se montre doué, alors ses services seront de plus en plus sollicités, et sous toutes les formes : interviews, débats, cartes blanches, etc. De la même manière que les riches deviennent toujours plus riches, plus on est médiatisé, plus on le devient. « Les grandes émissions ne consacrent que les consacrés », ramasse Caroline Lensing-Hebben (2). Il en va de même pour les grands médias.

Au-dessus de tout soupçon, vraiment ?

Mais revenons-en aux motivations des médias qui font appel aux lumières des experts et autres chroniqueurs extérieurs. On l'a vu, le recours aux experts leur permet de gagner du temps et de pallier leur manque d'...expertise. Mais ce n'est pas tout. Les médias pensent (la plupart du temps sincèrement) dispenser l'information de façon « objective ». Ils ont donc besoin de sources « au-dessus de tout soupçon » : le recours aux experts (politiques, économiques, financiers) est donc une façon, pour les journalistes, de prouver leur « impartialité ». Les paroles d'experts seraient un gage d'objectivité et de neutralité. Le hic, c'est que ces « spécialistes » ne sont évidemment ni neutres, ni objectifs. Les experts économiques qui monopolisent la parole publique et l'analyse journalistique jouent de leurs titres universitaires alors qu'ils sont le plus souvent appointés par la finance. Et ils ne dispensent la parole que d'un seul courant de pensée, celui du néolibéralisme. Or comme le rappelle Laurent Mauduit (3), l'économie n'est pas une science exacte, mais une branche des sciences sociales, dont la richesse dépend du pluralisme des approches.

« A peu près tous les “experts” économistes qui interviennent à tour de bras sur les antennes et dans les colonnes des journaux travaillent dans une banque, dénonce Geoffrey Geuens (ULg). Mais on ne les

présente pas comme des banquiers, mais comme des “professeurs d’université”, ce qu’ils sont aussi, par ailleurs, mais pas seulement... Et cela, ça ne va pas. Quand on interviewe “le professeur” Etienne de Callataÿ sur, par exemple, l’opportunité d’un impôt sur la fortune, et qu’on ne dit pas qu’il est à la tête d’une société de gestion des grandes fortunes, c’est choquant. Idem pour ce qui est de Bruno Colmant, que l’on présente comme “chroniqueur économique” et “auteur de nombreux ouvrages”, sans dire qu’il est à la banque privée Degroof Petercam, et qu’il détient de nombreux mandats dans des entreprises privées et associations patronales. Le problème n’est pas qu’on les fasse intervenir, mais qu’on les présente comme des experts “neutres”. Et qu’on ne prête l’antenne qu’aux experts acquis au néo-libéralisme le plus sauvage, en négligeant totalement les autres voix. »

De la fabrication du consentement

Cette détestable habitude d’enrôler des chroniqueurs extérieurs est parfois acceptée avec résignation par les journalistes « maison », mais souvent ressentie, aussi, comme une marque de mépris de leur hiérarchie. C’est le cas, notamment, à France Inter. Pendant des années, les journalistes économistes de la chaîne se sont émus du mantra – « L’économie ne ment pas » – inlassablement répété sur « leurs » ondes par le chroniqueur réactionnaire Jean-Marc Sylvestre. Aujourd’hui, c’est Dominique Seux, l’éditorialiste des *Echos*, qui a pris le relais. Moins flamboyant peut-être, mais tout aussi réactionnaire. Et les journalistes maison se résignent. Chez nous (à la RTBF), pendant une quinzaine d’années, les rédactions de La Première et de Musiq’3 ont résisté à l’enrôlement d’Amid Faljaoui, directeur des magazines *Trends-Tendances* et *Le Vif/L’Express*, en tant que chroniqueur économique. Les journalistes ont opposé leur veto à la collaboration, sur leur chaîne, de ce manager des médias proche des milieux patronaux et précédé d’une réputation de

« tueur de journalistes trop indépendants » : Faljaoui a donc dû se « contenter » de Classic 21. Mais les pressions de son ami Jean-Paul Philpott, administrateur-général de la RTBF, ainsi que les profonds changements intervenus dans les rédactions à la suite des plans de restructuration successifs, ont fini par avoir raison de la détermination des journalistes de La Première

médias installent en experts : experts du terrorisme, experts des finances publiques, politologues, économistes, etc. Ceux-ci créent des biais structurels en orientant l’info dans le sens voulu : « Une telle évolution est tout à fait logique pour



Ces experts contribuent à répandre la « bonne parole », la « vérité » du moment, dont ils renforcent le vernis de respectabilité.

et de Musiq’3. Désormais, le chroniqueur s’offre ces trois chaînes radios du service public : cinq libelles par semaine professés à une heure de grande écoute, sans compter les re-diffusions quotidiennes.

Ces « experts » contribuent, ainsi, à répandre la « bonne parole », la « vérité » du moment, dont ils renforcent le vernis de respectabilité. Car « le modèle de propagande intègre aussi la capacité de fournir des “experts” confirmant la version officielle d’un événement donné », expliquent Noam Chomsky et Edward Herman dans *La Fabrication du consentement* (4). Pour Chomsky, le système médiatique est un « système de marché encadré » dont l’orientation est en partie fournie par ceux que les

permettre aux opinions les plus communément admises (à savoir celles qui servent au mieux les intérêts des élites) de continuer à prévaloir. » Chomsky n’a décidément pas vieilli... □

(1) Ryszard Kapuscinski, *Lapidarium*, Milan, Feltrinelli, 1997.

(2) Caroline Lensing-Hebben, *Les Experts cathodiques. Chercheurs face à la tentation médiatique*. Le Bord de l’eau, coll. Penser les médias, 2008.

(3) Laurent Mauduit, *Main basse sur l’information*, Ed. Le Seuil, coll. Don Quichotte, 2016.

(4) Noam Chomsky et Edward Herman, *La Fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*. Contre-Feux Agone, 2009.