

*Dans cet entretien, nous revenons avec Jérôme Berthaut – auteur de La banlieue du « 20 heures » (Agone, 2013) – sur la construction médiatique du stigmaté attaché aux quartiers populaires. À partir d'une enquête menée au sein de la rédaction du journal télévisé de France 2, il donne à voir les mécanismes concrets qui aboutissent à la production et à la reproduction de stéréotypes sur la « banlieue » ainsi qu'à la promotion d'une vision sécuritaire focalisée sur la délinquance ou le « terrorisme ».*

J. Berthaut, *La banlieue du « 20 heures »*. Ethnographie de la production d'un lieu commun journalistique, Marseille, Agone, « L'ordre des choses », 2013, 432 pages, 23 euros.

**Pourrais-tu tout d'abord revenir sur l'origine de cette recherche et du livre qui en est tiré ? En d'autres termes, pourquoi as-tu commencé à réfléchir à cette question de la production des stéréotypes médiatiques sur « la banlieue » ou plutôt, devrait-on dire, sur les quartiers populaires ? Et pourquoi une enquête sur France 2 ?**

L'idée de cette recherche est venue de Maryse Tripier, une sociologue de l'immigration avec qui je voulais réaliser une recherche en Master puis en thèse. On était en 2003, un an après la qualification de Jean-Marie Le Pen au second tour de l'élection présidentielle de 2002. Pour expliquer ce résultat de l'extrême droite et l'éviction du candidat du Parti socialiste, beaucoup d'observateurs avaient reproché aux médias d'avoir surmédiatisé les faits divers notamment dans les quartiers populaires, et d'avoir caricaturé plus encore que d'habitude les fameuses « banlieues » comme des « zones de non droit ». Comme j'avais moi-même eu une expérience de journaliste dans un média régional à la même période et que j'avais été conduit à traiter les quartiers populaires sous cet angle, je savais que les journalistes sont souvent pris dans des contraintes, notamment hiérarchiques. Le traitement journalistique ne dépend pas forcément d'un parti pris politique du reporter. L'idée était donc d'étudier le processus de production de l'information, pour comprendre comment et pourquoi les stéréotypes sur les quartiers populaires surgissent, et sont reproduits, en tenant compte du fonctionnement des rédactions et de l'organisation du travail. Nous avons alors choisi de commencer cette recherche dans une rédaction qui touche le plus grand nombre, d'où l'idée d'observer les professionnels d'une chaîne de télévision nationale. J'ai donc demandé et obtenu de réaliser des stages d'observations à France 2, en 2003, puis en 2006 et 2007, après les révoltes sociales de 2005. Ces observations ont été complétées par des entretiens jusqu'en 2010. J'ai aussi observé des journalistes dans des réactions de médias locaux – télé, radio et presse écrite – en Midi-Pyrénées, mais cette partie de la thèse ne figure pas dans le livre.

**Tu insistes beaucoup dans le livre sur le rôle important de la méthode ethnographique : pourquoi ce détour par l'observation directe est-il si important pour toi ? Qu'est-ce que cela apporte à la connaissance de la fabrication d'une certaine représentation médiatique des quartiers populaires ? Et peux-tu nous raconter comment tu as procédé concrètement pour saisir les pratiques journalistiques ?**

En France, il y a une tradition ancienne d'étude des médias sur la base d'analyse de contenu des discours journalistiques, c'est-à-dire sur les produits finis. On réunit des corpus d'articles de presse, de programmes radio ou de télévision, et maintenant de contenus

numériques, et on les analyse de manière détaillée. C'est très utile pour établir comment des traitements médiatiques évoluent dans le temps, et pour identifier les différences de présentation d'un média à un autre, afin de pointer les mots, les images, les thématiques, les associations d'idées, etc., récurrents. Mais la limite de cette méthode, c'est qu'elles se penchent sur les traitements journalistiques, *a posteriori* de la diffusion, c'est-à-dire après coup. Il est donc très difficile de comprendre « comment » on en arrive aux produits journalistiques que nous, lecteurs, téléspectateurs, (*etc.*) recevons. Le processus de production de l'information reste caché. Ces études sont alors conduites à spéculer sur les « motivations » des journalistes, et souvent elles leur imputent une posture idéologique consciente. Pour essayer de cerner les pratiques des professionnels et les conditions de production, beaucoup de chercheurs réalisent aussi des entretiens avec les journalistes. Ce qui permet de les interroger davantage sur leur parcours, sur leurs pratiques, sur leurs manières de voir et de faire leur métier et l'information notamment sur les quartiers populaires. Mais là encore, ces propos sont recueillis *a posteriori*, et les entretiens se limitent souvent aux journalistes qui « signent » les productions. J'ai moi-même pu constater que les reporters oubliaient rapidement les raisons précises qui avaient conditionné un reportage, ou simplement qu'ils l'ignoraient en partie car le journalisme relève très souvent d'un travail collectif. Dans une grande rédaction comme France 2, il y a un directeur de l'information, des rédacteurs en chef et des présentateurs de journaux télévisés, des chefs de services thématiques qui encadrent les reporters, des journalistes-rédacteurs (les reporters), des journalistes reporters d'images (qui filment), des preneurs de son, des monteurs... A cela s'ajoutent l'influence et la parole d'acteurs et d'institutions qui occupent des positions dominantes dans l'espace social, comme les responsables politiques, les services de l'Etat, les grandes entreprises et leurs représentants, etc., sans oublier le poids de la concurrence des autres médias. Les habitants des quartiers populaires s'estiment souvent trahis par le reporter qui a recueilli leur parole sur le terrain, mais de nombreuses logiques pèsent sur son travail. La méthode ethnographique qui consiste à s'immerger dans un terrain de recherche, permet d'observer toutes les étapes de production de l'information, mais aussi la place qu'un journaliste occupe dans une rédaction, les relations qu'il a avec ses chefs, ses collègues, et ses sources, quand et comment la concurrence s'immisce dans la fabrication des reportages... Bref de saisir les différentes logiques et les moments qui favorisent la mobilisation des stéréotypes. Dans un second temps, j'ai travaillé sur les archives des reportages et à partir d'entretiens avec les journalistes pour voir en quoi les pratiques observées relevaient de routines de production.

**Ta démarche consiste à analyser la manière dont ces stéréotypes sont produits, reproduits et diffusés, en refusant une réponse simpliste qui consisterait à postuler une prise de parti directement politique de la part des journalistes, voire même une volonté d'endoctrinement idéologique. Est-ce que tu pourrais rappeler, pour les lecteurs/rices de Contretemps, les principaux acquis de ta recherche, qui met l'accent sur l'organisation du travail, les routines professionnelles, le rapport au temps médiatique, l'adoption de critères commerciaux, etc. ?**

Un journaliste d'un grand média audiovisuel qui se rend dans un quartier populaire ne vient que très rarement avec l'intention de réaliser un « sujet négatif » ou pour tenir un discours militant sur ce quartier. Il vient pour effectuer un travail qui répond à des normes professionnelles communes à l'ensemble du métier, plus précisément à sa spécialité technique (radio, télé, presse), et thématique (faits divers, culture, société, etc.), mais plus

encore aux normes du « bon journalisme » qui prévalent dans le collectif de travail auquel il ou elle appartient. Or qui a la capacité dans une rédaction de dire ce qu'est le bon journalisme ? Ceux et celles qui occupent des postes d'encadrement : les responsables de la rédaction, les rédacteurs en chefs, les chefs de services, les présentateurs en télévision, et les journalistes qui sont cités en exemple par les chefs. Quand on observe le fonctionnement des grandes rédactions audiovisuelles, on est frappé par la division du travail qui règne entre, d'une part, les journalistes qui réalisent les reportages sur le terrain et qui peuvent aussi proposer des sujets, et, d'autre part, les chefs qui détiennent un monopole de fait sur la décision de réaliser un reportage, sur son contenu final, sur la décision de le diffuser (ou pas) dans le journal, et de sa place dans le sommaire. Du fait de la concurrence toujours plus forte entre médias, la hiérarchie est tenue pour responsable de l'audience du journal et s'arroge ainsi un droit de vie et de mort sur les reportages. Pour « exister » à l'antenne, être embauché et se voir confier les sujets jugés valorisants, un journaliste-reporter est donc soucieux de satisfaire ses chefs, voire d'anticiper ce qu'ils attendent en leur proposant des sujets susceptibles de leur plaire. Les sujets type sur la banlieue sont donc aussi des « sujets tests » pour montrer sa conformité à la norme. Du coup cela déplace la focale sur ce qu'est, pour les rédacteurs en chefs, un « bon reportage dans les banlieues ». Quand on assiste aux conférences de rédactions où ils décident, entre responsables coupés du terrain, des sujets du journal, on se rend compte qu'ils formulent ou reformulent de véritables commandes de reportages sur la base des informations qui peuvent venir jusqu'à eux : celles diffusées par les sources dominantes (comme les grands ministères, les services de l'État, les grandes organisations et entreprises), celles des médias concurrents (TF1, BFM, etc.) ou diffusés par les médias repris par les médias concurrents (AFP, Le Parisien, etc.), mais aussi leurs propres souvenirs de reportages. C'est une banlieue hors sol qui est ainsi définie.

Surtout, en analysant les carrières des responsables de la rédaction de France 2, je me suis rendu compte que la plupart avaient travaillé auparavant dans l'audiovisuel commercial - TF1, La 5 de Berlusconi, M6, et plus récemment BFM, itélé, Bloomberg TV. C'est important car ils ont importé dans l'audiovisuel public des standards de production dans lesquels l'audience est une préoccupation à part entière, et les faits divers un moyen de préserver ces audiences. Le tournant des années 2000 est une période cruciale pour France 2 puisque sont alors promus des chefs et présentateurs qui portent ce type de ligne éditoriale. David Pujadas qui a beaucoup traité les faits divers et l'islamisme « dans les banlieues » quand il était reporter à TF1 est le symbole de cette conversion de la rédaction de France 2 quand il est nommé présentateur en 2001. Les « sujets banlieues » comme on les appelle, ont d'ailleurs été un aiguillon de cette transformation. En interne, les tenants d'un traitement mettant l'accès sur les questions économiques sociales sont progressivement discrédités et qualifiés d'« angélistes », au profit d'un traitement qualifié de « réaliste » et de « pragmatique » mettant l'accent sur la « délinquance » et la lutte contre « l'insécurité ». La concurrence interne, conduit ensuite à ce que tous les services de la rédaction tendent à reprendre cette approche. Pour en revenir à la politisation des reporters, l'étude montre donc plutôt que c'est la répétition des reportages sur les déviances qui tend à faire intérioriser cette manière de voir les quartiers populaires dans les rédactions. Il faudrait retourner l'explication : c'est la pratique professionnelle qui tend à politiser, à leur insu, des jeunes journalistes qui viennent souvent des classes supérieures, donc sans autres expériences avec les milieux populaires. Mais cette division du travail entre ceux qui choisissent les sujets et ceux qui les réalisent dans des temps souvent très courts, favorisent elles-aussi la reproduction des stéréotypes. Pour formuler entre eux et transmettre aux reporters des commandes sur les quartiers populaires, les chefs sont forcés de puiser dans des références communes, ce qui est une première explication

pratique du recours aux stéréotypes. Sur le terrain, les stéréotypes constituent ensuite une ressource pour travailler efficacement. Dans les quartiers populaires, les équipes de tournage sont souvent surprises par la diversité des lieux, des situations et des acteurs locaux qu'elles rencontrent. Mais si elles se laissent submerger par cette hétérogénéité et tentent d'en rendre compte, cela compromettra la réalisation du reportage dans les temps impartis... et risquera de décevoir les chefs, et de voir le reportage écarté ou relégué.

**Le monde journalistique fait beaucoup de cas de l'indépendance des journalistes et des entreprises de presse mais, comme tu le montres, le ministère de l'intérieur, la police ou la gendarmerie nationale ainsi que les élus constituent souvent de véritables coproducteurs de l'information. Est-ce que tu peux développer cet aspect de ton travail et nous dire comment, sur la question spécifique des quartiers populaires, s'exprime cette tension - voire cette contradiction - entre l'idéal d'indépendance et le travail réel des journalistes ?**

Le « droit à l'information » et l'« indépendance » revendiqués sont, dans la pratique, ceux des patrons de presse et de rédaction, et rarement le fait des journalistes-reporters dont on a vu à quel point, dans les grandes rédactions, les marges d'initiatives sont très réduites. Ceux et celles qui affirment être indépendants au motif que leurs propositions de reportages sont systématiquement adoptées... ont été généralement choisis pour leur ajustement à la ligne éditoriale. En 2015, la profession ne devrait pas seulement commémorer les 10 ans des « émeutes » de 2005, mais aussi les dix ans de la création de BFM et du passage de i-télé sur la TNT. En dix ans, la concurrence médiatique s'est ainsi exacerbée et les audiences se sont fragmentées. Les logiques économiques sont donc très pesantes, également sur l'audiovisuel public qui reste dépendant des ressources publicitaires (en recul) et qui est sommé par le gouvernement de réduire ses dépenses. Concrètement, les rédactions nationales de France 2 et de France 3 vont fusionner. Comme l'avait montré Patrick Champagne, la dépendance des rédactions aux contraintes économiques est bien réelle. Dans ce contexte de lutte concurrentielle, les informateurs jugés stratégiques pour devancer les concurrents sont d'abord traités comme des alliés. C'est le cas des sources policières, qu'il s'agisse de la direction départementale de la police, et de la gendarmerie dans les médias locaux, comme du ministère de l'intérieur, de la préfecture de Paris ou des syndicats de police dans les grandes rédactions nationales. Cela apparaît de manière particulièrement flagrante aux moments des attentats, où les journalistes spécialisés Police, habituellement dans l'ombre, sont invités sur les plateaux pour aider les présentateurs à tenir l'antenne des heures durant, alors que toutes les chaînes font de l'information continue, en relayant en temps réel les informations émanant des forces de l'ordre, avec les dérives que l'on connaît. On y voit aussi des anciens patrons du RAID, du GIGN, ou d'anciens magistrats, autant de relations qui apparaissent sous la lumière des projecteurs mais qui ont été construites dans la durée. Car pour obtenir des informations « exclusives » et alimenter la rubrique des faits divers, il faut entretenir une relation privilégiée et quotidienne avec les forces de l'ordre. C'est valable dans les médias locaux comme nationaux. Mais la particularité de l'usage des sources policières par les journalistes, c'est surtout qu'elles sont rarement traitées comme un point de vue spécifique sur le monde et sont perçues comme « neutres ». La propension à remettre en question leur information est quasi inexistante par rapport à des informateurs sollicités dans d'autres domaines. Elles font « autorité » auprès des journalistes, et la remise en cause ne survient vraiment que quand elle est portée par une autre source... policière, la police des polices. Mais le plus intéressant encore est de voir comment, au contact régulier des sources

policières, les journalistes tendent à reprendre leur vocabulaire, et leurs catégories pour décrire le monde.

**Tu insistes également sur l'importance du travail - pourtant très peu visible, quasi occulté - de ceux que l'on pourrait qualifier de « soutiers de l'information » (intermédiaires, « fixeurs », etc.). Ces derniers sont généralement embauchés dans des conditions précaires et traités par les journalistes, sinon avec mépris, du moins de manière instrumentale. Est-ce que tu pourrais revenir sur cette dimension de ton travail ?**

Dans tous les domaines, les journalistes recourent très souvent à des intermédiaires, comme des associations, des syndicats, etc., pour trouver des incarnations de la famille, de l'entrepreneur, de l'étudiant (etc.) supposés ordinaires. Dans les quartiers, et en télévision, le recours à des intermédiaires est quasi systématique. Il y a vraiment l'idée dans les rédactions qu'une équipe de tournage ne peut pas aller seule « en banlieue » pour des questions de sécurité. Qu'il soit un élu local, un responsable associatif, une personnalité du quartier, l'intermédiaire est donc là pour préparer en amont la venue des journalistes et désamorcer l'hostilité des habitants, et le moment venu pour guider l'équipe, s'interposer et parlementer en cas de tensions. Il est vrai que des journalistes sont régulièrement pris à partie dans les quartiers populaires, surtout sur le plan verbal, et qu'il y a des agressions et des vols de matériel, mais de nombreux reportages se passent également sans embuche. Ce recours routinisé aux intermédiaires cache en fait une autre explication qui est celle de la productivité. L'intermédiaire pré-selectionne les lieux, les situations et les personnes qui correspondent à la commande du reportage pour honorer la commande dans les temps. Comme ce sont souvent les mêmes intermédiaires qui sont sollicités, certains quartiers sont surmédiatisés du fait de cette rapidité et facilité d'accès au terrain. Ainsi, ces intermédiaires participent aussi parfois à la reproduction d'une représentation stéréotypée du quartier puisqu'ils cherchent à anticiper ce que les médias montrent le plus souvent à la télé. Pour médiatiser les déviances, les rédactions peuvent même rémunérer des intermédiaires. C'est ce que les journalistes appellent les fixeurs. Ils ont repris le qualificatif des guides-chauffeurs-interprètes-garde du corps que les médias salarient dans les zones de guerre, à l'étranger. Dans les quartiers populaires, il s'agit souvent de jeunes adultes qui ont des contacts avec la fraction de la jeunesse du quartier qui participe à l'économie informelle et/ou a eu déjà des condamnations en justice. Beaucoup souhaite d'ailleurs travailler - ou se reconverter - dans les médias, et saisissent cette opportunité de collaborer avec des grandes chaînes ou des newsmagazines. Ils sont généralement payés à l'acte, voire en pige. Mais bien que certains aient fait des études, et pu avoir des expériences dans le journalisme, on leur dénie le qualificatif de « journaliste » au motif qu'ils resteraient incapable de s'affranchir d'une supposée culture et manière de penser des « banlieues », pour gagner en « neutralité » journalistique. Du côté des journalistes en poste dans les rédactions, cette mise à distance de ces collaborateurs révèle à la fois le souci de se préserver d'une nouvelle forme de concurrence dans le « reportage en banlieue », mais aussi de ce qui constitue désormais de plus en plus le cœur du métier : la confection de commande de reportage, plutôt que l'accès et l'enquête de terrain ainsi sous-traitées et dévalorisées. Cette division du travail participe également à entretenir la distance sociale qui existe entre habitants et journalistes des grandes rédactions, puisque l'intermédiaire, salarié ou non, constitue une sorte d'écran et de filtres avec l'hétérogénéité des lieux.

**D'un point de vue un peu plus général, ce que ce que tu montres peut jouer un rôle de révélateur de tendances et de mécanismes à l'œuvre dans les rédactions de France Télévisions, et même plus généralement dans les entreprises publiques. Plus précisément, comment peut-on expliquer qu'une chaîne qui appartient au secteur public ne joue pas véritablement un rôle de service public d'information dans la mesure où elle obéit à des critères pour l'essentiel commerciaux (d'audimat) ?**

Les logiques financières et gestionnaires de réduction des dépenses de l'audiovisuel public et la dépendance aux ressources publicitaires, favorise sa participation à la compétition pour les audiences, en reprenant les formats et thématiques censés faire le succès des chaînes commerciales, comme les faits divers, les informations sur les « nouvelles tendances » de la consommation ou des services, le sport, les loisirs... Quant aux chaînes tournées théoriquement vers la culture et la connaissance comme France 5, la fabrication de leurs programmes sont quasi exclusivement sous-traitées à des sociétés de production privées, en concurrence entre elles. Même si les responsables des rédactions publiques décidaient de s'affranchir des scores d'audiences, il est probable qu'ils perpétueraient les standards de production qu'ils ont intériorisés dans l'audiovisuel privé où ils ont généralement fait leurs armes... ou qu'ils ont appris au contact d'anciens du privé, recrutés pour diriger le service public. Car la question se pose aujourd'hui de savoir qui nommer, parmi les professionnels de l'audiovisuel, à la tête du service public de l'information pour renouveler les manières penser et de faire l'information. Quand Delphine Ernotte Cunci, la nouvelle PDG de France télévisions a été nommée, elle a souhaité recruter le directeur actuel de l'information de BFMTV pour diriger la future chaîne d'information continue dont elle veut doter le service public. Devant le refus de celui-ci, elle a finalement débauché le rédacteur-en-chef adjoint des journaux télévisés du week-end de TF1. Des professionnels dont on voit mal en quoi ils seraient les plus disposés à inventer un nouveau service public de l'information capable d'entretenir un nouveau rapport aux milieux populaires.

**Les éditions Agone ont publié en guise de postface le point de vue du médiateur de l'information de France 2, affirmant que la lecture de ton travail « *permettra aux journalistes une réflexion salutaire, même si la remise en cause est parfois sévère* » (p. 404). Est-ce que tu pourrais revenir pour finir sur les réactions à ton livre du côté des journalistes et du champ médiatique ? Est-ce que la publication de ton livre a été l'occasion d'une « réflexion » de la part de ceux et celles qui produisent et diffusent les stéréotypes médiatiques sur les quartiers populaires ?**

J'ai eu très peu de retours de la part des journalistes des grandes chaînes de télévision, et plus précisément de France 2. Il a fallu attendre plus d'un an et demi après la sortie du livre pour que j'ai un échange avec un journaliste de France 2, Manuel Tissier, en charge de la rubrique « Banlieue / Politique de la ville » au service Société de la chaîne. Et c'était une rencontre provoquée par la diffusion d'une émission sur France Inter sur le thème « La banlieue dans les médias, une image faussée ? », où nous étions tous les deux invités. Ce n'est donc pas lui qui m'a directement sollicité. Ce journaliste m'a dit alors avoir beaucoup apprécié le livre mais que les pratiques avaient en partie évolué depuis mon enquête et sa prise de fonction, car il était au service des sports pendant mes observations dans la chaîne. Cela révèle au passage la polyvalence des reporters, et leurs spécialisations successives. Surtout, l'argument d'une enquête déjà dépassée ne tient pas car les grands constats du livre sur les effets de l'organisation du travail, du recrutement des cadres des rédactions, de la dépendance aux sources et des logiques économiques et politiques, se

sont au contraire confirmés et renforcés.

Dans sa postface écrite en 2013, le médiateur de France 2 ne contredit d'ailleurs aucun des résultats de la recherche. Manuel Tissier, le rubricard « Banlieue », m'a dit aussi avoir conseillé le livre à ses collègues, mais avoir eu une fin de non recevoir du côté de la hiérarchie. Ce qui apparaît à travers mes échanges avec les journalistes, c'est que là aussi il y a une division du travail. Manuel Tissier a accepté de discuter de mes analyses, mais il occupe une position particulière au sein de la rédaction de France 2 puisqu'il est également président de la Société des journalistes (SDJ) de la chaîne, une instance interne chargée de veiller au respect des règles déontologiques et de défendre les journalistes face aux pressions économiques et politiques... mais dépourvue de pouvoir sur les contenus. Il a été chef de service adjoint mais il n'a plus de responsabilités d'encadrement des reporters, donc il ne décide plus du sommaire du JT et des commandes de reportage. Ainsi j'ai été souvent confronté à des professionnels prompts à souscrire à mes conclusions... parce qu'ils occupaient des positions impliquant une posture réflexive sur leur métier (comme la SDJ) ou adoptaient une approche critique du métier. Mais ces professionnels n'étaient pas ceux qui décidaient quotidiennement de la production des reportages potentiellement stigmatisants. Dans le même ordre, j'ai participé à l'émission du médiateur de la rédaction de France 3, avec un journaliste de France 3 Ile de France, en poste à Bobigny, et un rédacteur en chef de France 3 national qui mettaient en avant une approche différente de leurs collègues de la rédaction nationale de France 2. Enfin, j'ai participé à une session de formation continue de journalistes en postes dans des chaînes de radio et de télévision, mais là encore, des reporters de BFMTV pointaient leur impuissance face aux consignes de leurs chefs. C'est comme si les médias s'étaient aménagés des lieux de débats pour y envoyer des représentants qui partagent en partie les critiques, mais ne peuvent peser sur l'évolution des pratiques. D'un point de vue pratique, cela permet de dissocier d'une part, les espaces de réflexion et de prise de conscience, et d'autre part, les espaces de production où la remise en cause des routines et des impensés du travail risquerait de gripper le processus de fabrication.

Certains moments semblent aussi servir à restaurer l'image de grandes rédactions sourdes aux critiques. Les Assises du journalisme remettent par exemple un « Prix de la recherche » sur les médias, mais aucun moment d'échanges entre le chercheur primé et les professionnels n'est prévu. Au final, la seule fois que j'ai entendu une rédactrice en chef du JT de France 2 parler du livre, c'était dans une émission de RFI où nos interviews étaient croisées. Je n'ai donc pas pu lui répondre, il n'y a pas eu d'échange direct. Dans ces conditions, même une recherche qui s'intéresse concrètement à la pratique et aux contraintes de la production quotidienne de l'information semble avoir peu de chance d'être reçue des professionnels qui encadrent réellement la production de l'information. Mais le peu d'attention portée aux prises de positions des chercheurs dans le débat public n'est guère surprenant et encore moins choquant si on regarde le sort qui est réservé aux habitants des quartiers populaires qui essaient de contester les traitements médiatiques dont ils font l'objet. En 2013, un collectif d'habitants de La Villeneuve, un quartier de 12000 habitants à Grenoble a écrit, fait signer des pétitions, demandé un droit de réponse, et interpellé le médiateur de France 2 après la diffusion d'un reportage dans Envoyé spécial que même le CSA a qualifié de stigmatisant. En vain. Les deux présentatrices de l'émission ont défendu leur production par médias interposés sans chercher à les rencontrer. Du coup, ces habitants ont attaqué France Télévisions en diffamation, mais à l'issue du procès en 2014, ils ont été déboutés car le droit de la presse ne permet pas d'action collective. Cet exemple donne à voir tout le travail qui reste à faire tant sur le plan juridique que du côté des professionnels, avec la mise en place d'un conseil de presse chargé de se prononcer de

**La fabrique médiatique des quartiers populaires. Entretien**

**<https://www.contretemps.eu>**

**avec Jérôme Berthaut**

**redaction**

manière indépendante sur les pratiques des journalistes, pour pouvoir réellement peser sur des directions de médias, elles-mêmes très dépendantes des logiques économiques et politiques. C'est aussi l'indépendance et l'autonomie des journalistes-reporters face à leur hiérarchie qui est en jeu.

Propos recueillis par Ugo Palheta

*Nos contenus sont placés sous la licence Creative Commons ([CC BY-NC-ND 3.0 FR](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/)). Toute parution peut être librement reprise et partagée à des fins non commerciales, à la condition de ne pas la modifier et de mentionner auteur·e(s) et URL d'origine activée.*