

Communication

Information médias théories pratiques

vol. 35/1 | 2018

Vol. 35/1

Marc-François BERNIER (dir.) (2016), *Le cinquième pouvoir. La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics*

Presses de l'Université Laval

Gilles Labarthe



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communication/7432>

ISBN : 978-2-921383-83-7

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Ce document vous est offert par Bibliothèque de l'Université Laval



Référence électronique

Gilles Labarthe, « Marc-François BERNIER (dir.) (2016), *Le cinquième pouvoir. La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics* », *Communication* [En ligne], vol. 35/1 | 2018, mis en ligne le 26 février 2018, consulté le 01 mars 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communication/7432>

Ce document a été généré automatiquement le 1 mars 2018.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Marc-François BERNIER (dir.) (2016), *Le cinquième pouvoir. La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics*

Presses de l'Université Laval

Gilles Labarthe

RÉFÉRENCE

Marc-François BERNIER (dir.) (2016), *Le cinquième pouvoir. La nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics*, Québec, Presses de l'Université Laval

- 1 Depuis une quinzaine d'années, la multiplication des possibilités de publication en ligne, des plateformes d'information, des forums de discussion et des réseaux sociaux a permis à un type d'acteurs souvent négligés de mieux faire entendre leur voix, et de manière interactive, dans les débats autour de la déontologie du journalisme — pour le meilleur comme pour le pire. Quelle place attribuer par exemple à ces citoyens-blogueurs, notamment à ceux qui militent pour une plus grande responsabilité des journalistes face à leur lectorat, dans la qualité de leurs productions ? Peuvent-ils jouer un rôle de co-régulateurs de la presse et des médias ? Transformer de manière constructive les instances en vigueur, elles-mêmes déconsidérées pour leur manque d'efficacité, la place dominante réservée aux journalistes eux-mêmes, aux éditeurs et aux professionnels de la communication ?
- 2 Ces questionnements sont au centre des travaux de Marc-François Bernier, ancien journaliste et professeur au Département de communication de l'Université d'Ottawa, titulaire de la Chaire de recherche en éthique du journalisme. Bernier est déjà l'auteur de nombreux ouvrages sur l'éthique du journalisme, les nouvelles pratiques et les défis de la profession à l'ère du numérique et des phénomènes de concentration. Le fait que ces

enjeux soient aujourd'hui abondamment discutés dans l'espace public l'intéresse particulièrement, d'abord pour la rupture opérée :

Les médias ont longtemps exercé un contrôle (gatekeeping) sur le discours public pouvant les concerner. Cela n'est plus le cas. Elle est révolue l'époque où la critique des médias pouvait très difficilement se faire entendre sur la place publique, dont les journalistes étaient les gardiens incontournables (Bernier, 2013).

- 3 Ce nouvel ouvrage publié sous sa direction s'inscrit dans le sillage de ces réflexions. Il rend compte du colloque intitulé « Les médias face à leurs publics : la nouvelle imputabilité », qui s'est tenu sous sa direction également en mai 2016 à l'Université d'Ottawa et qui a réuni des participants des différents pays, principalement francophones (Sénégal, Maroc, Canada, Belgique, Burkina Faso, France et États-Unis). La douzaine de contributions publiées à cette occasion s'articulent autour de notions présentées par Bernier dans un premier chapitre de cadrage théorique, clair et bien exposé, synthétisant au mieux les vastes débats actuels sur la question tout en laissant place à des exemples concrets. Il revient sur la notion d'un « cinquième pouvoir » citoyen (à distinguer de la notion de Fifth Estate des chercheurs anglo-saxons, caractérisant elle l'emprise croissante des communicants et lobbyistes sur les productions journalistiques), tenant sous son regard critique le quatrième pouvoir traditionnellement dévolu aux journalistes. La notion d'imputabilité, empruntée au domaine juridique (la possibilité d'attribuer à un individu la responsabilité d'une infraction), peut être rapprochée de l'accountability, pour désigner des journalistes sinon « responsables » juridiquement, du moins « redevables » auprès de leur lectorat. On retrouve ici l'idée (plus ou moins implicite chez les praticiens eux-mêmes) de contrat social liant les journalistes : « [...] cette représentativité des citoyens, face aux décideurs, serait un des fondements de la légitimité sociale du journalisme et comporterait des normes déontologiques afin de ne pas s'éloigner de leurs obligations démocratiques » (p. 12). C'est en vertu de cette forme de délégation du pouvoir d'informer que le journaliste serait tenu de remplir des fonctions d'intérêt public et de centrer sa production journalistique sur des sujets d'intérêt public, comme le précise explicitement leur code de déontologie.
- 4 À l'ère numérique, la plus forte interactivité possible entre les médias et leurs lectorats renforcerait l'imputabilité des journalistes, au-delà même des dispositifs déjà existants tels que les conseils de presse, ombudsmans et médiateurs, estiment certains spécialistes : il s'agirait de rendre aussi plus transparents les processus et les étapes de production journalistique, et non seulement le « produit fini » ou contenu diffusé. Encore faudrait-il accompagner ce mouvement d'une éducation aux médias (media literacy), comme le recommandent des agences onusiennes et des instances européennes, pour que les citoyens puissent faire des choix avisés et émettre des critiques fondées, en connaissance de cause.
- 5 Comment cette imputabilité s'exerce-t-elle dans des situations concrètes ? Les chapitres qui suivent laissent une large part aux recherches historiques et empiriques. Raymond Corriveau et France Aubin (Université du Québec à Trois-Rivières) ont mis à l'examen cet idéal en s'interrogeant sur les actions passées de la société civile au Québec cherchant à intervenir sur la qualité de l'information, avant l'apparition du Web 2.0. De leur analyse de textes de référence (rapports et comptes rendus d'audiences publiques), les résultats montrent que si les appels à des modifications importantes de la situation médiatique (réclamant notamment une réglementation par intervention politique, l'indépendance des salles de rédaction face aux phénomènes de concentration des titres, un meilleur

accès à l'information locale...) sont déjà récurrents au début des années 2000, aucune de ces revendications n'a abouti. Pire, la situation a continué à se dégrader. Même la proposition de réserver les publicités gouvernementales aux médias participant au Conseil de presse est restée sans suite. En conclusion, leur constat rejoint celui d'autres chercheurs : « le champ médiatique demeure sous le verrou des entreprises de presse. [...] Le pouvoir économique et politique a tout simplement fait la sourde oreille à l'expression citoyenne » (p. 76). Les deux auteurs doutent que l'interactivité du Web 2.0 y change quelque chose.

- 6 Le bilan est aussi négatif, quoique plus nuancé, aux États-Unis : David Pritchard (Université du Wisconsin) revient à grands traits sur les expériences de régulation des médias à l'œuvre sur une centaine d'années, avec les premières revues sur le journalisme, les codes de déontologie, l'évolution des ombudsmans, les conseils de presse et, enfin, les changements occasionnés par Internet. Il y voit une montée, puis une chute de l'imputabilité. Une seule revue de référence sur le journalisme subsiste aujourd'hui (Columbia Journalism Review). Quant aux codes, si le premier remonte à 1923 à l'échelle nationale (les « principes du journalisme » adoptés par l'American Society of Newspaper Editors) et qu'ils ont été démultipliés depuis, ils permettent surtout de prévenir les conflits d'intérêts, mais ils ne modifient guère les pratiques professionnelles. Les postes d'ombudsman ont été progressivement supprimés après la crise économique de 2008 et ceux qui restent en place sont peu audibles, tandis que le mouvement des conseils de presse est devenu « quasi inexistant » (p. 99), submergé ou remplacé par la déferlante d'avis volontiers agressifs publiés sur les réseaux sociaux.
- 7 Dans d'autres pays, la nouveauté du principe d'imputabilité s'accompagne au contraire de l'expérience assez récente, et parfois toute relative, de la liberté de la presse. C'est le cas au Maroc, État qui a longtemps exercé une mainmise sur l'audiovisuel, avant des formes de libéralisation timides du secteur en 2002. Abdellatif Bensfia (Institut supérieur de l'information et de la communication, Rabat) s'est intéressé au comportement à cet égard de la Société nationale de radio et de télévision publique (SNRT). Sa conclusion est que la SNRT ne réagit pas encore de manière organisée ni de façon visible face à des interpellations du public, même si sur le papier la démocratie citoyenne et participative est bien inscrite en tant que principe fondamental de la nouvelle constitution marocaine. Il y a ici d'intéressants points de comparaison à tirer avec la situation au Burkina Faso (article de Lassané Yaméogo, Université de Ouaga) ou au Sénégal (article de Mamadou Ndiaye, Université Cheikh Anta Diop de Dakar).
- 8 L'imputabilité pourrait aussi être activée par la concurrence de nouveaux médias et pureplayers. Renaud Carbasse, François Demers et Jean-Marc Fleury (Université Laval) se sont penchés sur cet aspect, pour un « bilan provisoire au Québec francophone ». Leurs premières recherches évoquent des parcours de jeunes start-up qui entendent se positionner en vue de combler des lacunes sur le marché médiatique, mais dont les trajectoires sont encore trop expérimentales pour qu'elles fonctionnent comme contre-pouvoirs.
- 9 Ce premier ensemble de contributions est complété par une demi-douzaine d'études de cas plus limitées en termes de pouvoir des acteurs en présence, et plus contextualisées, notamment en France et en Belgique — à l'exception du chapitre de clôture, qui poursuit une réflexion entamée par les auteurs (Marie-Ève Carignan et Mikaëlle Tourigny, Université de Sherbrooke) sur des travaux menés par un comité animé par le Conseil de presse du Québec autour de la question de la couverture de crise.

- 10 Cette somme d'articles complémentaires remplit le projet fixé à l'origine : dresser un premier panorama de recherches actuelles sur les structures et les acteurs de l'imputabilité, esquissant un diagnostic de situations diverses, et parfois disparates. Souhaitons qu'un prochain volet se focalise de manière plus pointue sur la dimension du pouvoir économique (conglomérats et groupes de presse) et politique s'opposant presque systématiquement à toute extension efficace du contrôle citoyen sur les productions médiatiques.
 - 11 BERNIER, Marc-François (2013), « La montée en puissance d'un "5e pouvoir" : les citoyens comme acteurs de la corégulation des médias ? », *Éthique publique*, 15(1). [En ligne]. <http://ethiquepublique.revues.org/1077>. Page consultée le 30 juillet 2017.
-

AUTEURS

GILLES LABARTHE

Gilles Labarthe est candidat au doctorat, ex-assistant à l'Académie du journalisme et des médias (AJM), Université de Neuchâtel. Courriel : gilleslabarthe@datas.ch