

Le vrai danger : l'information spectacle

Si on a les gouvernements qu'on mérite, se pourrait-il qu'on ait les médias qu'on mérite? La concentration de la propriété de nos principaux journaux, stations de radio, chaînes de télévision et magazines, quand ce n'est pas en plus les grosses imprimeries, la câblodistribution, l'édition de livres, le disque et les librairies entre les mains de gros conglomérats qui pratiquent la convergence à outrance aux dépens de la concurrence et de la diversité, en effraie plus d'un.

Pourtant, si on étudiait l'histoire des médias, surtout au Québec, on s'apercevrait que c'est sous un propriétaire unique et indépendant, les Berthiaume, que les journalistes de La Presse ont été le plus contrôlés et ont dû soutenir une grève de 7 mois, en 1964, ce qui a mené au congédiement de Gérard Pelletier quelques mois plus tard; que c'est sous la famille Gilbert, que les journalistes du Soleil ont été condamnés après le fameux Samedi de la matraque de la même année; et qu'au temps du sénateur Desruisseaux, à Sherbrooke et Nichols à Trois-Rivières, les journalistes de La Tribune et du Nouvelliste étaient bien moins libres qu'ils ne l'ont été depuis que Power Corporation et Gesca les contrôlent.

Bref, ce n'est pas tant qui est propriétaire qui compte, mais ce qu'il fait de son journal. Les propriétaires uniques, bien souvent, étaient bien plus susceptibles de subir les pressions du pouvoir politique ou de vouloir imposer leurs idées à leurs journalistes que les gros conglomérats économiques. Ce qui ne veut pas dire que le haut degré de concentration actuel est sans danger.

Mais c'est ma prétention qu'un danger encore plus grave que la propriété des médias, la concentration et le danger de censure politique menace nos médias et que, trop souvent, les intellectuels et les universitaires l'ignorent. Ce danger, c'est l'information-spectacle, c'est la dictature des départements de marketing qui, présentement, mènent les rédactions par le bout du nez.

C'est aussi l'irresponsabilité des lecteurs, des auditeurs et des téléspectateurs, le nivellement par le bas, car, que les intellectuels veuillent l'admettre ou non, les médias procèdent maintenant par « focus group » : le critère dominant c'est maintenant la cote d'écoute, le tirage et la capacité d'attirer des annonceurs pour telle émission ou tel cahier journalistique et la capacité de tel produit journalistique d'amener des sous au moulin. Le danger, ce n'est pas que les propriétaires des médias tentent d'imposer telle ou telle idéologie par la voie des éditoriaux ou même des textes d'information.

Le danger, ce n'est pas que les médias n'ont plus d'idéologie, sauf celle de faire de l'argent. Le danger ce n'est pas que les journaux soient fédéralistes ou séparatistes, capitalistes ou anarchistes. Le danger c'est que les journaux (et par journaux, j'inclus la radio et la télé) soient devenus des magasins généraux où l'on tente d'offrir de tout au lecteur : un cahier « livres » pour celui qui lit, un cahier « sports » pour celui qui aime cela, un sur la « mode », etc. À condition que le lecteur veuille cela et que l'annonceur soit prêt à le commanditer. En un mot, mon message est le suivant : Vous voulez de la qualité : exigez-la. Et boycottez ceux qui ne vous la donnent pas!

N.D.L.R. Extraits du texte de Pierre Vennat, chroniqueur à La Presse, membre du conseil d'administration du Conseil de presse du Québec et du conseil d'administration du Centre de ressources en éducation aux médias (CREM), qui a fait l'objet d'une conférence au colloque *Médias et démocratie* tenue à l'Université du Québec à Hull le 17 octobre 2002.

Pour en savoir plus

Consulter la version intégrale du texte dans le site : <http://www.reseau-crem.qc.ca/pdf/mediademo.pdf>

L'école peut-elle ignorer que les informations des médias sont les principales artisanes de la vision du monde de l'élève?

Tous les matins, il arrive à l'école la tête pleine d'informations qu'il a captées dans les médias depuis qu'il l'a quittée la veille. De diverses façons, il a entendu parler de santé et d'alimentation, de réalités affectives et de relations interpersonnelles, de réalités technologiques et scientifiques, d'art, de musique et de critères esthétiques, d'économie, d'ésotérisme, de sports et de loisirs, de géographie, de personnalités dirigeantes, etc. Il a voyagé avec des personnages fictifs dans des périodes de l'histoire. Il a été touché par le contenu de nouvelles sur des enjeux et des catastrophes de la « grande société » dont il a vu des images dans le journal et à la télévision ou encore, au travers de ce qu'en ont répercuté les adultes de son entourage. Cela développe chez lui des compréhensions de la réalité, des curiosités et des besoins de savoir davantage, des peurs réalistes et des interrogations face à sa propre vie, à l'avenir du monde et à d'autres événements.

L'élève n'est pas un récepteur passif comme on se plaît souvent à l'imaginer, mais il est, au contraire, très engagé aussi bien au niveau intellectuel qu'affectif dans son rapport avec toutes les informations auxquelles il s'expose. Sa contribution active à une démarche d'éducation critique appliquée aux informations des médias devient dès lors un atout et un élément essentiel.

La concentration des informations dans quelques médias peut-elle orienter la vision du monde de l'élève?

L'élève fait partie des publics destinataires et ciblés des informations mises en scène par les médias. Toutes ces informations lui proposent, chacune de manière différente, des savoirs et des connaissances, des modèles d'interprétation, des représentations de la réalité, des valeurs et des attitudes. Bref, une vision du monde qu'il s'approprie dans le cadre de la réception qu'il en fait. C'est à partir de ces récits médiatiques de tout ordre que l'élève se fait peu à peu une idée... et développe ses opinions, ses attitudes et ses comportements à l'égard des personnes, des situations ou des problèmes dont il est question.

Au plan social, le mieux que l'élève puisse espérer en tant qu'utilisateur des médias est l'accès à une réelle diversité de l'information et à une pluralité de points de vue sur les réalités du monde complexe dans lequel il vit. C'est à cela que servent, par exemple, les débats sociaux sur la concentration des entreprises médiatiques et sur la convergence technologique, les règles de déontologie qui circonscrivent le métier de journaliste, les politiques qui protègent le droit du public à l'information et les réglementations qui régissent les entreprises médiatiques. Mais cela ne saurait suffire s'il ne possède pas aussi les outils intellectuels et méthodologiques lui permettant d'exercer son propre jugement critique dans la consommation variée et quotidienne qu'il fait de tous les messages médiatiques.