

# Médias et démocratie :

## Le quatrième pouvoir en question

Dr Loum Ndiaga

Professeur au Centre d'études des sciences et techniques  
de l'information (CESTI), Université Cheikh Anta Diop de Dakar.  
Chercheur au Centre d'études des médias (CEM), Université Bordeaux III.  
Chercheur invité au Groupe de recherche sur les médias (GRM), UQAM.

Conférence prononcée pour la Maîtrise de communication de l'UQAM le 25/9/2002

Couple presque naturel, la question des rapports entre médias et démocratie fait partie de ces thèmes récurrents que la banalité de l'usage n'a pas encore condamnés à la conclusion "autoritaire" de l'inopportunité d'en procéder à l'étude. Il n'est pas encore un couple épuisé dans sa portée théorique et opératoire. "On en a tellement parlé qu'il n'y a plus rien à dire là-dessus": cette sentence n'a pas encore été prononcée pour le couple médias et démocratie au grand plaisir des auteurs qui s'intéressent encore à cette question et qui trouvent une légitimité toujours renouvelée pour démontrer des évidences et problématiser un sujet qui résiste difficilement à la tentation d'être décliné sur le mode des idées reçues. Car dire que "les médias sont une condition nécessaire à la réalisation de l'État démocratique", ou dire "pas de démocratie sans une presse libre" font partie de ces affirmations indiscutables mais qui peuvent paradoxalement susciter des heures, des jours voire des années de discussion. Une discussion sous-tendue par des questions touchant aux conditions dans lesquelles les médias remplissent leur mission de médiatisation dans la société démocratique. C'est l'étude de ces conditions qui permet de mesurer l'ampleur des questions et l'actualité de la problématique des rapports entre médias et démocratie tout en démontrant l'intérêt scientifique. De SPINOZA à HABERMAS, en passant par les théories fonctionnalistes et celles de l'école de Francfort, la problématique des médias envisagée sous l'angle des conditions de leur apport à la qualité et à la clarté du jeu démocratique, traverse ainsi les temps au point même d'engendrer la naissance d'un concept qui marque la jonction naturelle des deux termes: *La Médiacratie* (titre de l'ouvrage du défunt journaliste français et ancien animateur de la célèbre émission *Heure de Vérité* sur la chaîne publique Antenne 2, François-Henry de VIRIEU) et auquel pourrait répondre de façon dissymétrique le titre de l'ouvrage de Anne-Marie GINGRAS (*Médias et démocratie: Le grand malentendu*, qui rappelle fort justement qu'on ne peut pas associer les médias et la démocratie dans l'état actuel des choses sans problématiser).

Toutefois, si l'heureuse expression de Mc LUHAN (village global), riche de sa promesse utopique a connu une telle fortune qu'elle pourrait être intégrée dans un dictionnaire des idées reçues d'un Flaubert de notre temps, elle n'est pas cependant

caduque. Car, si toutes les évolutions annoncées par Mc LUHAN ne se sont pas toutes produites, il est aussi vrai que les médias constituent aujourd'hui une réalité infiniment plus complexe que les réseaux de communication traditionnels hérités du XIX<sup>e</sup> siècle. C'est cette réalité qu'entend décrire le journaliste français François-Henry de VIRIEU dans son livre *La Médiacratie*. Les médias ne seraient plus de simples collecteurs, trieurs, transporteurs de nouvelles, ils constitueraient par leur existence même, par l'étendue de leurs performances, un nouveau principe organisateur de la vie démocratique. VIRIEU se propose donc de les analyser pour ce qu'ils sont : " une réalité sociale qui tout à la fois prolonge et renforce les pouvoirs antérieurs, perturbe leurs relations traditionnelles et donne un poids considérable à de nouveaux acteurs"<sup>1</sup>. Ces nouveaux acteurs seraient les opinions publiques et les médiateurs professionnels qui "détrônent de façon cruelle, selon l'auteur, les experts, les intellectuels et les politiques."<sup>2</sup> Cette affirmation corrobore l'idée du quatrième pouvoir qui aurait acquis et renforcé son autonomie au point de s'imposer ainsi aux autres. Dès lors, ce pouvoir n'échapperait-il pas seulement au contrôle des appareils politiques dominants mais les soumettrait-il même à l'inverse à son contrôle ( ce qui serait le rôle qui lui est naturellement dévolu dans les théories de l'équilibre des pouvoirs) mais mieux à son influence presque incontournable à tel point que cela modifie considérablement les conditions dans lesquelles s'organisent les rapports dans la société démocratique. Pourtant, concomitamment à cette affirmation, germe une autre hypothèse qui consiste à faire admettre l'idée d'un enfermement des médias dans des logiques politiques et économiques et atténuant l'idée d'autonomie qui fonde la crédibilité et la légitimité de l'action des médias dans le jeu démocratique. Les contradictions théoriques permanentes sur l'appréciation des phénomènes médiatiques seraient-elles ainsi un symptôme de ce que nous nommons la "vertu originelle des sciences sociales".

Pour éviter les risques de généralisations en cédant à la répétition d'évidences qui ne seraient pas dignes de discussion scientifique et pour rester en phase avec l'exigence de rigueur méthodologique qui suppose la nécessité d'une problématisation, nous envisageons notre contribution des rapports entre médias et démocratie dans la perspective d'un questionnement sur l'existence et l'influence réelle ou supposée de ce quatrième pouvoir. Quel serait son degré d'influence dans les rapports des forces socio-politiques? L'ampleur des médias et la conscience qu'ont ces derniers de leurs forces bouleversent-elles les rapports dans le champ de domination socio-politique? Considérant leur importance capitale dans la société démocratique, les médias seraient-ils les cibles et finalement des jouets entre les mains des puissances politiques et économiques? S'éloigneraient-ils ainsi de leur mission qui est d'informer ceux qui n'ont pas voix au chapitre pour leur permettre de se faire une opinion éclairée sur le déroulement du jeu démocratique, en se servant plutôt de ceux-ci pour cautionner et légitimer l'action des classes sociales dominantes? Ce n'est qu'en approchant les médias en tant que pouvoir face aux types traditionnels de pouvoirs (pouvoirs politique, judiciaire, économique, culturel) que l'on pourrait éventuellement répondre à ces questions étant entendu que les médias sont indissociables de ces rapports de forces.

Notre conviction qui, à force d'être répétée et précisée, pourrait paraître comme une certitude scientifique, est que les rapports aux médias ne sont qu'un moment et un lieu des rapports sociaux qui les déterminent. Cette approche globalisante nous rapproche

---

<sup>1</sup> F.H. DE VIRIEU, *La Médiacratie*, Paris, Flammarion, 1990, p. 19.

<sup>2</sup> *Ibidem*

bien sûr des études de l'école de Francfort qui stipulent fort justement qu'aucune théorie des médias n'a de sens sans une théorie totale sur la société. Cependant, pour échapper au risque d'idéologie, notre approche socio-culturelle nous amène à affirmer qu'aucune théorie n'est fixe, figée ou définitive. Toute théorie est susceptible de dépassement en raison de la diversité des actions des émetteurs et des attitudes des récepteurs et de la spécificité des contextes dans lesquels ils agissent, ainsi que de leurs inéluctables mutations. Ceci nous amène, contrairement à une certaine tendance pessimiste "Francfortiste" à ne pas admettre une instrumentalisation définitive des médias dans les rapports économiques. Ce qui expliquerait, dans notre approche des rapports entre médias et démocratie, qu'on soit amené non pas à faire des affirmations *a priori*, mais à se poser cette question assez symptomatique d'une volonté de relativisation: Qui manipule qui? Est-ce les médias qui manipulent ou sont-ils manipulés par les autres pouvoirs? Dans l'un ou l'autre cas se posent des questions problématiques liées à la crédibilité du jeu démocratique. Dans l'hypothèse où les médias seraient manipulés, on aboutirait au déclin du mythe de la liberté fondateur et légitimant de l'apport qualitatif des médias dans les rapports en démocratie, la servitude étant la certitude du pire pour la presse, pour reprendre les mots de CAMUS. Dans l'autre hypothèse où les médias seraient les manipulateurs, se poserait du point de vue de l'idéal démocratique la question de l'affaiblissement de pouvoirs comme le pouvoir politique qui tire pourtant sa légitimité du peuple, à la source du suffrage universel, autre mythe fondateur de la démocratie. La diversité des interprétations quant à l'influence des médias, leur instrumentalisation ou leur manipulation, démontrent au-delà des contradictions le dynamisme des recherches sur le sujet et l'ampleur des perspectives et approches envisageables, d'où la nécessité de circonscrire étant entendu que la rigueur et l'objectivité seront d'autant plus facilement obtenues que l'on aura visé un objectif plus réduit (M. GRAWITZ).

En envisageant donc les rapports entre médias et démocratie sous l'éclairage du concept de quatrième pouvoir, notre approche se voudra critique. En rappelant les conditions d'émergence des médias libres, de leur apport à la pertinence et à la persistance du concept d'espace public mais aussi à son affaiblissement, nous insisterons aussi et de façon plus actuelle sur les difficultés évidentes que présente le travail des médias. Ils sont plus que jamais soumis à des pressions. Ce sont les pressions traditionnelles des pouvoirs et de l'argent, intégrées par le système médiatique. Mais c'est tout autant la pression de plus en plus contraignante de la vitesse, dont l'expression ultime est l'information en temps réel, la prédominance du fait divers sur l'information pouvant permettre au citoyen de former son propre jugement, en un mot la perversion de l'information.

En nous engageant dans ce parcours, qui partira d'une sorte de rappel historique des conditions d'émergence de la liberté de la presse, passera par une analyse critique et débouchera sur des propositions théoriques que nous résumons sous le vocable de paradigme relativiste (que d'autres ont nommé non sans quelque prétention mais de façon remarquablement confortable "empiriste-critique"), nous serons amenés à procéder de façon transversale. Et plus exactement à nous comporter en généraliste, si l'on veut bien retenir de cette qualification qu'elle ne recouvre pas seulement " la pratique d'un journaliste qui parle de tout mais ne connaît rien ". Nous ne pouvons ainsi que partager l'affirmation de Jean-Marie CHARON lorsqu'il considère qu'un véritable examen du rôle des médias suppose " que des connaissances émergent, ce qui implique investigations,

recherches, contre-enquêtes afin de mieux comprendre les phénomènes économiques, culturels, sociologiques qui se trouvent au cœur des questions relatives aux conditions de travail des médias "<sup>3</sup>.

A partir d'un certain nombre d'éléments connus, mais au risque d'ignorer tant de facteurs nouveaux que fait pressentir l'évolution la plus récente des médias, cette réflexion ne peut être qu'une étape. Nous insisterons dans un premier temps sur la notion de liberté de la presse comme mythe fondateur de la démocratie (I) avec notamment l'émergence de l'espace public au sein duquel les médias occupent une place centrale, pour ensuite analyser les conditions et les formes dans lesquelles se déploie le quatrième pouvoir (II), pour conclure enfin sur la nécessité de relativiser toutes les théories impliquant le rapport médias et démocratie, en recourant sans cesse au contexte historique, socioculturel, économique et politique, dans lequel s'intègrent et les médias, et leurs analyses, et les analystes eux-mêmes.

## **I / La liberté de la presse comme mythe fondateur de la démocratie**

L'histoire de la presse débute avec la découverte de l'imprimerie par GUTENBERG vers 1438<sup>4</sup>. L'affirmation de sa liberté repose sur un fond historique qu'il faut préciser. Ainsi, les progrès de l'idée de tolérance, l'émergence de l'individualisme, la reconnaissance de la liberté d'opinion, les théories philosophiques sur l'État et la société, l'apparition d'une sphère publique entre la sphère privée des individus et la sphère du pouvoir, constituent grosso modo les conditions dans lesquelles émerge la notion de la liberté de la presse. Formé ainsi comme concept à la fin du dix huitième siècle, la liberté de la presse est reconnue comme principe et affirmée comme l'un des droits fondamentaux de l'homme. Elle subit toutefois des transformations profondes sous l'effet combiné des innovations technologiques, des changements sociaux et politiques. Mais la liberté de la presse n'est qu'un aspect plus général de la liberté d'expression qui appartient à tout homme dans le cadre d'une société démocratique. Il faut donc dire que cette liberté ne pourrait être justement restituée que dans le cadre de l'évolution des relations qu'entretiennent avec la société civile, avec le public, les médias en tant qu'institutions et les journalistes comme individus. Ce qui explique par conséquent que l'affirmation de la liberté de la presse passe historiquement par l'avènement d'un espace public.

### **A/ L'avènement de l'espace public comme mécanisme de concertation démocratique.**

Dans quelles conditions émergea l'espace public? Quelles formes revêt son expression? Quelles évolutions aurait connu par la suite le concept?

#### **1/ Les conditions d'émergence de l'espace public**

Pour bien saisir le contexte dans lequel émergea la notion d'espace public, il est utile de rappeler d'abord que jusqu'au XVII<sup>e</sup> siècle, l'information restait un privilège de

---

<sup>3</sup> J.-M. CHARON, " Questions de déontologie ", dans *Esprit*, numéro 167, décembre 1990, Paris, p. 77.

<sup>4</sup> Cf. P. ALBERT et F. TERROU, *Histoire de la presse*, PUF, 1970.

classe, qu'ensuite la presse servait de relais au pouvoir avant de devenir le véhicule de l'opinion et qu'enfin, la conquête de liberté est moins le fait des journalistes, au sens moderne, que des écrivains et des pamphlétaires.

De la même manière que les "nouvelles en main" d'avant l'imprimerie étaient destinées à informer les puissants, les princes, les commerçants et les banquiers qui en tiraient de nouvelles sources de pouvoir, les premiers périodiques étaient destinés aux gens cultivés, aux notables, appartenant tous à des cercles proches du pouvoir et dont l'intérêt principal était de savoir et non de remettre en cause des structures sociales qui leur convenaient. Et les tout premiers journaux ne sont qu'abusivement baptisés "journaux politiques" car leur contenu était souvent anodin. Comme le note HABERMAS, "les bénéficiaires des correspondances privées n'avaient aucun intérêt à ce que le contenu de celles-ci fût rendu public"<sup>5</sup>. Ce qui explique que les journaux politiques ne contenaient que les informations que laissait passer "le contrôle officieux de l'information opéré par les commerçants et par la censure officielle des administrations". Mais depuis Machiavel, le territoire du public s'est agrandi. Pour autant, le pouvoir ne s'adresse pas encore au peuple. Sa préoccupation était de rallier les couches les plus cultivées. Avec l'apparition de l'État moderne émerge une nouvelle classe qui vient occuper au sein du public une place privilégiée. Elle est constituée principalement des fonctionnaires de l'administration royale, des juristes, des médecins, des hommes d'Église, des officiers, des professeurs etc. Cette nouvelle classe se nomme la bourgeoisie. La "nouvelle bourgeoisie" qui supprime donc l'ancienne bourgeoisie constituée par les membres des traditionnelles corporations de boutiquiers et d'artisans qui sont en perte de vitesse dans une société où les activités, sous l'effet de l'essor du capitalisme, échappent de plus en plus aux cercles de la ville pour se développer à une autre échelle: manufactures, banques, négoce international, et dont les acteurs rejoignent les rangs de la nouvelle bourgeoisie. La constitution de la classe bourgeoise représente ainsi un tournant dans la constitution de l'espace public. Cette sphère se développe dans la mesure où l'intérêt d'ordre public "n'est plus défendu par le seul pouvoir, mais est pris en compte par les sujets qui y voient leur affaire propre"<sup>6</sup>. La société bourgeoise prend ainsi en compte un certain nombre d'affaires publiques: taxes, impôts, les décrets affectant plus ou moins la vie privée domestique. Elle se manifeste de plus en plus, ce qui a pour effet de créer une zone critique dans les relations entre l'administration et les sujets appartenant à la bourgeoisie.

Cette zone sera offerte à la presse, qui dès la fin du XVII<sup>e</sup> siècle relayera et répercutera les débats critiques, dans des articles qui ne se contenteront plus de donner des informations et des comptes rendus, mais les mettront en discussion. Cette ouverture peut être symbolisée par le salon qui n'est plus réservé au cercle restreint de la famille, mais dévolu à la "société". Il y a ainsi un glissement de l'intime vers le public consacré au XVIII<sup>e</sup> siècle par le développement de la correspondance qui s'extrait de la pure relation privée puisque de nombreuses lettres sont écrites pour être imprimées, phénomène qui donnera naissance à un genre littéraire très en vogue dans la seconde moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle, le roman épistolaire: *La Nouvelle Héloïse* (1761) de ROUSSEAU, *Les souffrances du jeune Werther* (1774) de GOETHE, *Les liaisons dangereuses* (1782) de

---

<sup>5</sup> J. HABERMAS : *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. Fr. Marc B. de Launay, Paris, Payot, 1978, pp. 31-32.

<sup>6</sup> *Ibidem*, p. 34

CHODERLOS DE LACLOS... Mais c'est surtout l'apparition de lieux de discussions qui dessinera l'espace ouvert à l'expression des libertés d'opinion et de presse, ferment des Lumières. Ils apparaîtront comme les premières institutions de l'espace public au sens moderne. Le plus symbolique de ces lieux, c'est le café dont le premier est ouvert en Angleterre au XVIII<sup>e</sup> siècle. Au XVIII<sup>e</sup> siècle, on en compte plus de trois mille à Londres. Les cafés ne sont pas réservés qu'aux membres de la noblesse et aux gens instruits, car la clientèle se recrute aussi parmi les classes moyennes des marchands. Les discussions qui s'y déroulent finissent par faire naître le besoin d'un support. Ainsi fut lancé le *Tatler* en 1709 qui affirmait s'adresser expressément " aux bons citoyens qui vivent plus au café que dans leurs boutiques". Il aura de très nombreux imitateurs. Les journaux sont compris comme les organes de ces habitués des cafés qui leur adressent des lettres dont les rédacteurs publient chaque semaine un choix. Cette pratique sera même institutionnalisée lorsque le *Spectator* est remplacé par le *Guadian* : sur un mur du café *Button'n*, on fixe une tête de lion destinée à recevoir les lettres que les lecteurs glissent dans sa gueule. Le contenu de certains journaux témoigne d'un intérêt vaste pour les affaires publiques. Rédacteur du *Tatler*, ADDISON " parle des œuvres de bienfaisance et des écoles pour les pauvres; il propose des améliorations du système d'éducation, exhorte à respecter les normes d'un comportement moral, part en guerre contre le vice du jeu (...); il travaille à étendre l'esprit de tolérance, à émanciper l'éthique bourgeoise par rapport à la théologie morale"<sup>7</sup>. Cette apparition de journaux ouverts aux débats constitue ainsi un moment important de l'histoire de la presse.

La fonction remplie en Angleterre par les cafés, l'est en France plus tardivement par les salons des dames du monde. S'y retrouvent des gens de la noblesse et de la grande bourgeoisie, banquiers et fonctionnaires, ainsi que des représentants de "l'intelligence" fussent-ils fils de commerçants ou d'artisans. Les salons sont les laboratoires des idées nouvelles, les terrains où s'exerce la raison : "Presque aucun des grands écrivains du XVIII<sup>e</sup> siècle, dit HABERMAS, n'aurait livré à la discussion ses réflexions essentielles sans les avoir d'abord présentées sous la forme de tels discours, c'est-à-dire sous la forme de conférences soutenues devant les académies et surtout devant les salons"<sup>8</sup>. Ces salons ne sont pas, tant s'en faut, des lieux fréquentés par les gazetiers, simples chasseurs de nouvelles, méprisés par les gens d'esprit. C'est le débat d'idées qui intéresse la société des salons, et non d'abord la diffusion des faits nouveaux de l'actualité, fût-elle capable de l'activer.

Le tableau de ces institutions naissantes ménageant les premiers espaces publics serait incomplet si l'on ne mentionnait pas les sociétés qui se développent en Allemagne. Les sociétés allemandes, dont la première est fondée en 1727 par GOTTSCHED, partagent avec les cafés anglais et les salons français d'être ouvertes à des personnes de conditions diverses, qui s'y rencontrent sur un pied d'égalité.

De cette évolution telle que la décrit HABERMAS, on peut tirer trois conclusions importantes. La première est que, sans constituer un véritable public, ces cafés, ces salons et sociétés, offrent un espace nouveau de discussion entre personnes privées. La deuxième, c'est que ces cadres de discussion restent en principe ouverts: puisqu'il y a désormais circulation des biens culturels, cela suppose d'autres groupes, d'autres cercles, donc l'émergence possible d'un vaste public qui n'est certes pas le grand public mais qui

---

<sup>7</sup> J. HABERMAS, *L'Espace public, op. cit.*, p. 53.

<sup>8</sup> *Ibidem*, p. 267, note 15.

accède à la conscience de son statut et qui remplace les grandes instances représentatives qu'étaient l'Église et l'État. Enfin, la discussion au sein de ces publics puise ses thèmes dans des domaines jusque là réservés aux autorités ecclésiastiques et politiques, la sphère publique et la presse qui lui sert de support deviennent ainsi les sièges de la laïcité en instaurant un rapport libre à la vérité. Au privilège du Prince d'interpréter le politique et d'en maîtriser les rouages par la pratique du secret d'État - les *arcana imperii* - la bourgeoisie du XVIII<sup>e</sup> siècle oppose la liberté d'opinion et l'invocation de la Loi affirmée par LOCKE et MONTESQUIEU. HABERMAS établit ainsi le lien entre les discussions littéraires des cafés ou des salons et le débat politique nouveau en estimant : "La revendication polémique de ce type de rationalité dirigé contre la pratique du secret propre à la domination du prince s'est historiquement développée en liaison avec l'usage public que les personnes privées faisaient du raisonnement. (...) Une conscience politique se développe au sein de la sphère publique bourgeoise et elle formule, face au pouvoir absolu, l'exigence et la notion de lois abstraites et générales, en apprenant ainsi à s'affirmer enfin elle-même, en tant qu'opinion publique, comme l'unique source légitime de ces lois"<sup>9</sup>. Aucun sujet n'échappe plus à la discussion dans l'espace public. C'est dans l'espace public qui s'ouvre au XVII<sup>e</sup> siècle que la conscience libre de l'individu comme personne privée étend son expression à la société civile. Voilà comment donc HABERMAS a démontré de quelle façon l'émergence des sociétés bourgeoises a nécessité et entraîné l'émergence d'un espace public où pouvaient se confronter intérêts particuliers et généraux et comment les premiers médias modernes (journaux d'opinion) y ont trouvé une raison d'être. Mais l'évolution des médias, les transformations de la philosophie du droit<sup>10</sup>, l'extension de la souveraineté au peuple entier par le biais du suffrage universel ont profondément modifié la nature de concept "Espace public" entraînant encore des appréciations contradictoires, les uns (comme HABERMAS) concluant sur une perversion de l'espace public, d'autres préférant mettre l'accent sur un élargissement finalement positif d'un point de vue démocratique, de la sphère publique.

## **2/ L'élargissement de l'Espace public: Perversion ou effet positif ?**

Pour HABERMAS, l'apparition de l'État-providence pervertit ce mécanisme de concertation démocratique qu'est l'espace public. Il situe l'origine de cet interventionnisme étatique dans le fait que des conflits d'intérêts privés se sont traduits en conflits politiques lorsqu'il n'a plus été possible de les régler sur le plan de la sphère privée. Cette intervention produit alors des transferts entre l'État et la société, dans un sens (prise en charge par l'État d'activités de caractère privé) comme dans l'autre (passage d'activités relevant de l'autorité politique à des organismes privés). Ce double mouvement a pour effet d'effriter la base sur laquelle s'est construite la sphère publique bourgeoise. La distinction entre privé et politique entre société et État laisse place à une intrication de plus en plus grande des deux domaines. Il affirme ainsi: " Dans le cadre de la société civile, on voit apparaître au sein de la sphère privée, dont l'importance sur le plan public n'a cessé de croître, une sphère sociale repolitisée où des institutions sociales et celles de l'État se fondent en un unique complexe de fonctions qu'il n'est plus possible

---

<sup>9</sup> J. HABERMAS, *L'Espace public, op. cit.*, p. 63.

<sup>10</sup> F. EWALD, *L'État-providence*, Grasset, Paris, 1986.

de différencier selon les notions de public et de privé."<sup>11</sup> HABERMAS constate ainsi, pour le déplorer, que rapport à des activités professionnelles qui se sont détachées du domaine privé et ont perdu leur autonomie, ce sont les loisirs qui tendent à prendre " la place occupée par la sphère publique littéraire qui, autrefois, allait de pair avec une subjectivité pleinement développée au sein de la sphère intime de la famille bourgeoise."<sup>12</sup> L'effacement de la distinction entre la sphère publique politique dans la société et la sphère du pouvoir ou de l'État, réduit l'espace de cette autonomie. Les "hommes" forment désormais un cercle plus vaste. Ils sont les citoyens. Or, ces citoyens n'ont pas la capacité de fonder leur autonomie, et celle de leur vie familiale, sur le fait de disposer d'une propriété privée, ni sur leur participation à la sphère publique politique. La sphère publique littéraire, dans laquelle la presse occupait une place centrale comme lieu d'échange entre les gens qui "lisent et écrivent", n'est donc plus en mesure de servir de plate-forme, comme zone active, à une autonomie de caractère politique. Elle devient une zone passive, " la porte ouverte où s'engouffrent, pour envahir le domaine d'intimité familiale, certaines forces sociales soutenues par cette sphère publique de la culture de masse que constituent les *media*<sup>13</sup>". La presse n'est plus un relais public et critique entre la sphère privée et la sphère du pouvoir mais l'instrument public de pénétration de la sphère socio-politique dans le domaine intime. Les occupations dont le public consommateur de culture meuble ses loisirs se déroulent sans que le public ait besoin de les poursuivre sous forme de discussion. Cela ne signifie pas que la discussion ait disparu, mais qu'elle ne s'engage plus spontanément à partir d'expériences privées et dans un cadre volontairement choisi. Elle est désormais prise en charge, organisée, administrée: conférences, colloques, débats télévisés, HABERMAS relève au passage que l'accès à ces discussions organisées est parfois payant, ce qui donc renforce sa thèse de la transformation de la culture en marchandise. D'où sa critique radicale de la culture de masse : " Si la culture de masse porte ce nom équivoque, c'est bien précisément parce qu'elle peut étendre son chiffre d'affaires en se conformant au besoin de détente et de distraction d'une clientèle dont le niveau culturel est relativement bas, et non pas parce qu'elle chercherait au contraire à étendre son public en le formant à une culture dont la substance resterait intacte<sup>14</sup>". Il estime par ailleurs que la nouvelle situation qui pousse les masses à pénétrer dans la sphère publique pour y jouer un rôle politique, leur interdit cependant d'acquérir le niveau culturel qui aurait donné à leur participation politique le style des lecteurs bourgeois en leur permettant de la situer sur le même plan. Analysant la réorientation subie par la grande presse, HABERMAS considère que sa raison d'être repose sur " le détournement à des fins commerciales de la participation à la sphère publique de larges couches de la population" et qu'elle compte sur la "dépolitisation de son contenu<sup>15</sup>" pour accroître ses tirages. C'est désormais le goût du public qui domine, la presse ne se préoccupant pas d'éducation, préfère lui servir des distractions. La presse opère un retour sur les contenus littéraires au détriment des contenus politiques, inversant le mouvement qui s'était opéré au sein de l'espace public bourgeois. Mais ce nouveau contenu littéraire n'est pas conçu de sorte à pouvoir se prêter à un examen critique de la

---

<sup>11</sup> J. HABERMAS, *op. cit.*, p. 156.

<sup>12</sup> J. HABERMAS, *op. cit.*, p. 167.

<sup>13</sup> *Op. cit.*, pp. 169-170.

<sup>14</sup> J. HABERMAS, *op. cit.*, p. 176.

<sup>15</sup> *Op. cit.*, p. 177.

raison, c'est plutôt un " prêt-à-porter" culturel, destiné à des consommateurs. Il vise la facilité avec notamment une exploitation intensive des faits divers.

Là où donc HABARMAS constate une perversion de l'espace public, d'autres auteurs essaient au contraire de caractériser et de comprendre le rôle de l'espace public dans une démocratie de masse<sup>16</sup>. Il s'agit selon WOLTON d'un espace beaucoup plus large qu'autrefois, avec un nombre plus grand de sujets débattus, un nombre beaucoup plus grand d'acteurs intervenant publiquement, une omniprésence de l'information, des sondages, du marketing et de la communication. Il s'agit, estime WOLTON d'un espace symbolique où s'opposent et se répondent les discours, la plupart contradictoires, tenus par les différents acteurs politiques, sociaux, religieux, culturels, intellectuels, composant une société. L'espace symbolise avant tout la réalité d'une démocratie en action, ou l'expression contradictoire des informations, des opinions, des intérêts et des idéologies. Il constitue le lien politique reliant des millions de citoyens anonymes en leur donnant le sentiment de participer effectivement à la politique.

On est là en face de deux conceptions contradictoires de l'espace public ou plutôt des objectifs qui lui seraient assignés. Il semblerait que l'aspect quantitatif (le nombre d'acteurs intervenant) auquel fait référence WOLTON s'oppose à l'aspect qualitatif de la discussion au sein de cet espace public sur lequel met l'accent HABERMAS.

Ces contradictions "doctrinales" accompagnent l'évolution des médias, et on serait tenté de se demander si elles ne seraient pas liées à la différence fondamentale de conception à l'origine du concept de liberté de la presse.

## **B/ La reconnaissance de la liberté de la presse**

La première garantie écrite de la liberté de la presse se trouve dans la loi suédoise sur la presse du 2 décembre 1766. Il inaugure en Scandinavie une longue tradition de libéralisme en matière de libéralisme et d'une prise de conscience des enjeux de la presse pour la survie et le renforcement de l'État démocratique. Sur la base du même postulat libéral la Déclaration des droits de l'État de Virginie, le *Virginia's Bill of Rights* du 12 juin 1776 qui proclame l'indépendance de l'ancienne colonie britannique, classe la liberté de presse dans la société civile, comme garante des libertés contre l'emprise de l'État, en disposant: " La liberté de la presse est l'un des grands remparts de la liberté. Elle ne peut jamais être limitée sinon par un gouvernement despotique<sup>17</sup>". Quant à la Déclaration unanime des 13 États d'Amérique du 4 juillet 1776, elle reconnaît la liberté comme un droit inaliénable et marque son respect pour l'opinion, mais elle ne dit rien sur la liberté de la presse de façon explicite et particulière. L'oubli sera cependant réparé par le Premier Amendement apporté en 1791 à la Constitution américaine et qui disposera: " Le Congrès ne fera aucune loi restreignant la liberté de parole ou de la presse."

A son tour la révolution française affirme la liberté nouvelle. La Déclaration des droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789 pose un principe essentiel: "La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi."

---

<sup>16</sup> D. WOLTON, *Penser la communication*, Flammarion, Paris, 1997.

<sup>17</sup> *That the freedom of the press is one of the great bulwarks of liberty, and can never be restrained but by despotic governments.*

Il apparaît déjà là une différence fondamentale entre l'affirmation de la liberté de la presse dans le Premier Amendement aux Etats-Unis et la Déclaration de 1789 en France.

## 1/ Une liberté: deux approches

Le débat de fond entre le deux Déclarations renvoie à leur relation avec la loi et l'autorité. Le véritable clivage réside dans le statut de la loi et une divergence concernant la liberté et le droit naturel<sup>18</sup>. Philippe REYNAUD met en évidence de façon éclatante cette divergence de fond: " La Déclaration d'indépendance part de la *loi naturelle* qui, instituée par Dieu, a doté les hommes de "droits inaliénables", dont la protection constitue la fin des gouvernements; ceux-ci perdent donc leur légitimité dès lors qu'ils méconnaissent ces fins, mais inversement, ils sont présumés légitimes tant qu'ils les respectent. La déclaration française quant à elle, part des *droits naturels* des individus, dont la défense ne dépend plus d'une simple *limitation* imposée du dehors, mais plutôt du concours des citoyens à l'activité législative, qui se situe donc en fait *sur le même plan* que les droits individuels. "<sup>19</sup> Ainsi, ce qui apparaît par défaut dans la conception de la liberté de la presse américaine (un gouvernement qui ne respecte pas la loi naturelle s'expose à une modification de l'ordre politique) devient un principe directement affirmé dans la conception française ( la supériorité radicale des droits naturels constitue une menace pour tout gouvernement qui n'est pas l'émanation directe et reconnue de la nation). Quelles conséquences faudrait-il tirer de ce débat concernant les divergences à propos de la liberté de la presse?

Pour Daniel CORNU, ce qu'il faut retenir en premier lieu, c'est l'enracinement de la liberté de la presse dans la société civile américaine.. Telle qu'elle est affirmée dans le *Bill of Rights* de l'État de Virginie de 1776, puis dans le premier Amendement, elle prend force de loi et entre très concrètement en vigueur. La liberté de la presse étant considérée comme un fait de la loi naturelle, il est important parce qu'il est le support d'autres libertés de même origine. L'État a donc pour mission de ménager cet espace en s'abstenant de toute intervention pouvant être comprise comme une entrave. Le devoir est clairement rappelé par le premier amendement. Un gouvernement céderait-il à la tentation de juguler la presse, qu'il risquerait de céder au despotisme et devrait donc être remplacé par un autre gouvernement.

Tandis que dans la Déclaration française, la liberté de la presse n'a pas comme telle valeur de loi.. Elle affirmée comme un principe, une orientation générale mais fondamentale en accord avec les droits de l'homme et du citoyen. Elle a la conséquence des combats menés contre la censure par la presse en France. Pour Roger CHARTIER, ces combats plutôt masqués visaient davantage à contourner la censure, à obtenir des permissions tacites qu'à lutter ouvertement contre la pratique de la censure liée à l'absolutisme<sup>20</sup>. Il s'agirait ainsi de renverser le contrôle préalable par l'affirmation de la liberté de communiquer ses pensées et ses opinions comme "un des droits de l'homme". Contrairement à la conception américaine, l'État a pour mission non pas d'en ménager

---

<sup>18</sup> Cf. D. CORNU, *Journalisme et Vérité*, op. cit., p. 176

<sup>19</sup> P. REYNAUD, " Révolution américaine ", in *Dictionnaire critique de la Révolution française*, Paris, Flammarion, 1988, pp. 865-866.

<sup>20</sup> R. CHARTIER, *Les origines culturelles de la Révolution française*, Paris, Seuil, 1990, pp. 53-85.

l'espace mais d'en aménager l'espace. Non en s'abstenant comme dans la conception américaine mais en légiférant de façon à pouvoir assurer à chacun le respect de sa liberté. La loi affirme la liberté certes, mais elle en définit tout de suite les limites en élaborant la liste des abus. A la conception réellement libérale de la Déclaration de Virginie s'oppose une conception de la liberté qui remplace en fait explicitement un régime de contrôle implicite par un statut répressif et légal. Dans la conception américaine la liberté de la presse implique un sens moral des responsabilités dans la mise en pratique de ce droit. Dans la conception française, la notion de responsabilité s'intègre dans celle de liberté. La liberté de la presse est affirmée en même temps que sont formulés ses abus.

En définitive, ce qu'il faut retenir sur ce fond de divergence fondamentale, c'est l'affirmation de la liberté de la presse comme condition à la réalisation de l'État démocratique. Mais entre l'affirmation d'un principe et son application, il y a une distance qu'on ne peut toujours franchir allègrement. Comment la presse fait-elle usage de cette liberté? Appréciant le chemin parcouru entre l'affirmation du principe au XVIII<sup>e</sup> siècle et son application au XIX<sup>e</sup> siècle déjà, certains auteurs retenaient même l'idée d'une disparition progressive de cette liberté.

## **2/ La mort d'une liberté**

A l'instar d'un HABERMAS à propos de l'espace public, Jacques KAYSER signait de son côté l'acte de disparition de la liberté de la presse en 1955 déjà, avec un titre retentissant: *Mort d'une liberté*<sup>21</sup>. Il estime, pour justifier sa sentence, qu'avant le XIX<sup>e</sup> siècle, les journaux étaient essentiellement politiques et surtout dévolus à l'expression des opinions, or désormais la grande presse qui se dit "presse d'information" se consacre à ce qu'elle appelle "la vérité des faits" pour mieux endormir les opinions. Avant, fait-il constater, la liberté de la presse était réclamée au profit de tous par les hommes qui voulaient exprimer leurs pensées. Depuis, cette liberté étant prétendument assurée, "la plupart des propriétaires de journaux ne se préoccupent que de la leur". Avant, les hommes d'affaires se désintéressaient de la liberté de la presse, depuis ils se passionnent pour elle quand elle sert à accroître les profits de leurs entreprises. A l'appui de son argumentation, KAYSER cite les propos d'un directeur de la rédaction du *Washington Daily News*, Lowell MELLET: " Qui détient la liberté de la presse? Les propriétaires de journaux et personne d'autre. La liberté de la presse est une propriété. "<sup>22</sup> Avant, le directeur d'un journal osait affirmer ses positions, depuis, il les masque ou les atténue : " (...) il sait que son journal se vendra mieux s'il ne contient pas rien qui puisse déplaire à une partie de sa clientèle". Avant, il appartenait au même milieu social que ses journalistes, depuis, il fréquente les banquiers et les industriels et administre des établissements financiers. Avant, le lecteur choisissait son journal pour ses opinions, depuis, c'est pour ses feuilletons, ses distractions, ses bandes dessinées. Avant, quiconque appartenait au cercle des gens "qui lisent et écrivent" pouvait se faire journaliste et s'exprimer comme il l'entendait. Depuis le journaliste est tenu de demander l'autorisation d'écrire aux propriétaires, les maîtres de la presse. KAYSER conclut en reproduisant la

---

<sup>21</sup> J. KAYSER, *Mort d'une liberté*, Paris, Plon, 1955.

<sup>22</sup> Cité par J. KAYSER, *op. cit.*, p. 25.

profession de foi de Gordon BENNETt, le fondateur du *New York Herald*, le 19 août 1836:

" Qu'est-ce qui peut empêcher un quotidien de devenir le plus grand organe de la vie sociale? Les livres ont eu leur temps, les théâtres ont eu leur temps, le temple de la religion a eu son temps. Un journal peut être conduit à prendre la direction de tous ces grands mouvements de la pensée humaine et de la civilisation humaine. Un journal peut envoyer plus d'âmes au ciel et en sauver davantage de l'enfer que toutes les églises et temples de New York et, en outre, gagner de l'argent. Qu'on en fasse l'essai" A quoi, KAYSER répond qu'effectivement, l'essai a été fait, mais surtout pour atteindre le dernier objectif: "gagner de l'argent".

Mais cette profession de foi exprime surtout le paradoxe du quatrième pouvoir, qui tout en perdant sa légitimité originelle alors fondée sur la liberté et l'autonomie, suscite encore les appétits gourmands des décideurs politiques et économiques, qui pour ne pas descendre aux enfers, qui pour "monter au ciel" pour reprendre les termes de Gordon BENNET. Manipulé et manipulateur, telle est à la fois la force et la faiblesse du quatrième pouvoir dans les champs social, politique et économique qui sont avant tout des espaces de domination.

## **II/ Le quatrième pouvoir dans les relations de domination.**

Les médias sont inséparables des rapports de forces. La question du contrôle des moyens d'information et de communication pose un problème. Conçus à l'origine comme contre-pouvoir, il serait intéressant de voir comment s'est opéré historiquement la mutation des médias en pouvoir.

### **A/ Les manifestations du quatrième pouvoir.**

Comment l'idée du quatrième pouvoir a-t-elle germé? Une genèse de la notion nous permet de voir que l'idée du quatrième pouvoir est l'une des conséquences logiques de la théorie de l'équilibre des pouvoirs.

### **1/ Le quatrième pouvoir: un mécanisme dans les théories de l'équilibre des pouvoirs.**

Mais comment et pourquoi parler de quatrième pouvoir ?

La plupart des régimes démocratiques fonctionnent sur la base de deux piliers : l'affirmation des libertés des individus et l'autonomie de leur action en particulier. Un troisième pilier s'y ajoute, il tient à la forme de gouvernement et à l'exigence posée par LOCKE puis élaborée par MONTESQUIEU, de l'équilibre des pouvoirs (exécutif, législatif et judiciaire). Tous les régimes dits démocratiques reposent sur cette délimitation claire des trois pouvoirs et sur le respect d'un jeu d'équilibre : contre la tentation d'abuser du pouvoir qui guette tous ceux qui le détiennent, les "*checks and balances*" offrent les meilleures garanties de liberté politique. Aux deux pouvoirs proprement politiques (exécutif et législatif), s'ajoute le pouvoir judiciaire, qui est non seulement indépendant des deux autres, mais qui le cas échéant peut être appelé à jouer le rôle d'arbitre. Dans la pensée libérale, les principes d'inamovibilité des juges et de leur nomination, garantissent leur indépendance : ils

ne doivent être ni les "jouets" du pouvoir politique ni être au service d'aucun maître en particulier. C'est ainsi, sous l'influence de cette même pensée libérale et de la réflexion sur la séparation des pouvoirs, qu'est née, pour qualifier le rôle des médias dans l'équilibre du jeu démocratique, l'expression " quatrième pouvoir " <sup>23</sup>.

C'est en effet, la propagation des idées libérales qui ouvre une ère de tension entre la sphère du pouvoir politique et la sphère publique, désormais occupée par une presse aux moyens plus puissants et à l'audience plus vaste. Et c'est en Grande-Bretagne, pays de tradition libérale, que l'on trouvera l'exemple le plus significatif d'une réflexion entre la presse et le pouvoir de l'État. Le *Times* avait protesté contre l'approbation donnée par le ministère des affaires étrangères britannique au coup d'État du 2 Décembre 1851, par lequel Louis-Napoléon avait instauré en France un régime présidentiel autoritaire. Cette critique valut au quotidien londonien une mise au point de la part du Premier ministre, Lord DERBY, devant la Chambre des communes : " Comme la presse anglaise aspire à partager l'influence des hommes d'État, elle doit aussi partager les responsabilités des hommes d'État. " Cette réaction du Premier ministre britannique suscita la réplique du *Times*, par la plume de Robert LOWE, dans deux articles publiés les 6 et 7 Février 1852 : " Les objectifs et les devoirs des deux pouvoirs sont constamment séparés, généralement indépendants, parfois diamétralement opposés.(...) <sup>24</sup>. Le premier devoir de la presse est d'obtenir la compréhension la plus rapide et la plus correcte des événements de l'époque et, en les révélant instantanément, d'en faire la propriété commune de la nation.(...) La presse vit de révélations ; elle fait appel à l'opinion publique, anticipe, si possible, les événements. Tandis que le devoir de l'homme d'État est contraire. Il retient loin du public les informations sur lesquelles il fonde son action et son opinion ; il réserve son jugement sur les événements jusqu'au dernier moment et les formule en langage obscur.(...) Le devoir de l'un est de parler ; celui de l'autre est de demeurer silencieux. L'un s'explique par la discussion et l'autre par l'action. " <sup>25</sup>

Il est clair que le pouvoir médiatique ne représente pas un pouvoir au même titre que les autres, car il n'est assorti d'aucune puissance, ni d'une quelconque autorité qui serait génératrice d'obéissance. Voilà qui explique pourquoi, lorsqu'on leur pose la question à savoir si l'on peut parler d'un quatrième pouvoir des médias, les journalistes refusent de se reconnaître un tel pouvoir <sup>26</sup>. Mais lorsqu'on leur demande si le terme " groupe de pression " est plus approprié, ils l'admettent volontiers.

---

<sup>23</sup> La genèse de cette notion de " quatrième pouvoir " est incertaine. Thomas CARLYLE en a octroyé la paternité à Edmund BURKE. Mais il semble que personne n'en ait trouvé trace dans son œuvre écrite. Cf. B. VOYENNE, *Les journalistes français. D'où viennent-ils ? Qui sont-ils ? Que font-ils ?* Paris, CFPJ - Retz, 1985, p. 63. Selon F.-L. MOTT, la formule " quatrième pouvoir " est de l'historien et homme politique britannique Thomas MACAULAY ; ainsi, dans un essai sur l'Histoire constitutionnelle d'Hallam publié en 1828, MACAULAY aurait affirmé que dans la chambre des communes, la galerie sur laquelle étaient assis les journalistes, était devenue " un quatrième pouvoir " (" *A fourth estate in the realm* ") dans le royaume. (Cf. F.-L. MOTT, *The news in America*, Harvard University Press, 1952). D'après Jacques KAYSER, *Mort d'une liberté*, Paris, Plon, 1955, pp. 211-212 .

<sup>24</sup> L'on remarquera ici que Robert LOWE admettait déjà la notion de " pouvoir " attribuée à la presse.

<sup>25</sup> Cf. Henry Wickham STEED, *The Press*, Harmondsworth, Middlesex Penguin Books, 1938, pp. 75-79 ; cité en français d'après J. KAYSER, *op. cit.*, pp. 212-213.

<sup>26</sup> " D'ailleurs, nous sommes élus par qui ? " s'interroge A.-L. COULIBALY, responsable d'un des plus grands groupes de communication en Afrique, dans les entretiens qu'il nous a accordés au courant de l'année 1998, dans le cadre de nos enquêtes de terrain relatives à notre Thèse de Doctorat en sciences de l'information et de la communication de l'Université Bordeaux III sur le sujet: " Pluralisme de l'Information et Groupes multimédia privés au Sénégal : Essai d'approche socio-politique ", soutenue le 6 Mars 2001 à Bordeaux.

Toutefois, on peut comprendre la réticence observée chez les journalistes à accepter le terme " pouvoir ". Le problème, c'est que lorsque l'on se définit comme un " contre pouvoir ", il peut paraître malaisé de se considérer soi-même comme un pouvoir, et *a fortiori* d'en assumer la responsabilité ouvertement. Seulement, il serait facile de s'arrêter à l'évocation de la notion de " contre pouvoir " car chaque pouvoir est en principe un " contre pouvoir " pour l'autre. Il reste vrai que dans certaines conditions, et selon des circonstances historiques déterminées, les médias peuvent être appelés à remplir une fonction de pouvoir, incidemment à l'accomplissement de leur mission originelle. Lors d'un colloque sur ce thème, organisé par le Centre d'études des médias de l'Université Bordeaux III et le Centre de recherche sur la vie locale de l'Institut d'études politiques, les 23 et 24 Novembre 2000 à Bordeaux, le professeur André VITALIS, dans son intervention, disait à propos des médias qu'ils étaient effectivement un vrai pouvoir, donc plus qu'un contre pouvoir. Lui emboîtant le pas, à cette même occasion, Maître Claude CHAMBONNAUD affirmait quant à lui, que les médias étaient devenus le deuxième pouvoir après l'économie. Cela est valable surtout dans le champ politique, lorsque par exemple, les médias poussent la confrontation, la dénonciation, la contestation à un niveau susceptible d'ébranler le pouvoir politique<sup>27</sup>.

Est-ce alors la prise en compte par les différents acteurs du jeu démocratique du pouvoir qu'ils constituent ou peuvent conférer que les médias suscitent l'intérêt accru des pouvoirs politique qui en cherchant à les contrôler l'auraient mené à tant de dérives dont les conséquences seraient néfastes pour la démocratie.

## 2/ Les rapports entre le quatrième pouvoir et le pouvoir politique: Les dérives

Là également les positions restent partagées. Là où certains mettent l'accent sur les dangers de l'emprise du journalisme, d'autres manifestent plus la crainte d'une soumission des médias au pouvoir politique. Mais dans les deux cas, l'objectif est à peu près le même, un retour à une certaine orthodoxie des valeurs démocratiques: la démocratie du peuple, pour le peuple. De BOURDIEU à WOLTON, en passant par CHOMSKY, Mc CHESNEY, Serge HALIMI, Patrick CHAMPAGNE, Roland CAYROL etc, la préoccupation reste la même, les conséquences néfastes pour la démocratie d'une certaine orientation médiatique.

Ainsi WOLTON pose-t-il l'hypothèse d'un renversement des rapports entre médias et hommes politiques au détriment de ces derniers<sup>28</sup>. Les éléments du déséquilibre sont nombreux. Élus, pour un temps relativement court, les hommes politiques disposent d'un faible marge. Les médias, en les forçant à répondre rapidement accélèrent leur relatif discrédit, le public voyant sur la longue durée qu'ils n'ont pas grand-chose à proposer. Ils se

---

<sup>27</sup> Aujourd'hui, on peut constater que d'une manière générale, les médias aliènent même les tenants des autres pouvoirs qui tirent une nouvelle légitimité dans leur représentation médiatique. Voir à ce sujet, P. BOURDIEU, *Sur la télévision*, LIBER - Raisons d'Agir, 1996, et F.-H. de VIRIEU, *La Médiacratie*, Paris, Flammarion, 1990. Il est à la fois " amusant " et aussi très significatif de noter que devant l'ampleur du pouvoir des médias, certains auteurs se posent même la question suivante: "Quels contre-pouvoirs au quatrième pouvoir ? " (Cf. D. WOLTON, *Le Débat*, n° 60, pp. 140-141). Il semblerait même en France par exemple, que l'action des médias ait substitué à la "présomption d'innocence" (de droit) la "présomption de culpabilité" (de fait), en incitant par exemple les hommes politiques en fonction "soupçonnés de malversations" à démissionner avant même que la justice n'ait établi leur culpabilité. L'on n'a pas encore fini de faire l'analyse sociologique et politique de ce renversement des tendances introduit par les effets du quatrième pouvoir. Que penser enfin de l'aphorisme de Karl KRAUS, polémiste viennois mort en 1936: " Au commencement était la presse, et ensuite apparut le monde"!

<sup>28</sup> D. WOLTON, *Penser la communication*, notamment le chapitre 7 " Le triangle infernal: Journalistes, hommes politiques, opinion publique", Paris, Flammarion, 1997, p. 147.

trouvent ainsi devant une contradiction: les médias sont nécessaires pour rendre visible leur action en même temps qu'ils dévoilent la faiblesse de leur marge de manœuvre. Prenant le parti du citoyen, WOLTON estime que le décalage entre la rapidité de l'information et la lenteur de l'action crée un malaise parfaitement visible par ce dernier qui tout en souhaitant ne pas être dupe de ses hommes politiques, ne souhaiterait pas le voir fragilisé. La fragilité des hommes politiques et leur faible marge de manœuvre déstabilisent ainsi le citoyen. L'auteur constate que la ribambelle des sondages poursuit l'œuvre de déstabilisation de l'information, les hommes politiques sont ainsi assaillis de baromètres et de cotes de popularité. Et comme les sondages sont continuellement commentés par les médias qui en sont d'ailleurs souvent les commanditaires, les hommes politiques sont ainsi sous pression. Une bonne partie de leur temps étant consacrée aux opérations visant à conjurer le sort des baromètres défavorables. Il estime ainsi que les hommes politiques ont tort d'accepter que les médias et la communication soient des arbitres de leurs relations avec les citoyens. Situés sur un terrain qui n'est pas le leur, les hommes politiques perdent l'altérité qui leur est indispensable. Les hommes politiques, seraient ainsi " malgré leur fanfaronnade " les grands perdants de cette mutation. Les journalistes seraient alors les grands bénéficiaires du mouvement actuel selon WOLTON qui les invite ainsi à desserrer l'étau sur la classe politique, car les armes ne sont plus égales. Ce qui ne signifie pas pour l'auteur une diminution du rôle critique des médias, mais d'admettre simplement la différence radicale.

Mais si le constat de Dominique WOLTON reste pertinent, il nous semble cependant que l'analyse manque de profondeur, en ce qu'elle pose la question du contrôle politique des médias sans entrevoir le contrôle exercé sur les médias eux mêmes par les hommes politiques et qui serait encore plus dommageable pour la démocratie.

Cette lacune est corrigée par Serge HALIMI qui parle des nouveaux chiens de garde qui servent les intérêts des " maîtres du monde "<sup>29</sup>. Le contre-pouvoir s'est donc assoupi en se retournant contre ceux qu'il devrait servir. Qu'est-ce qui exprime mieux cette soumission du journaliste au pouvoir politique que ce témoignage d'un salarié de la chaîne de télévision privée TFI : " Les journalistes politiques souhaitent se mettre en valeur aux yeux des hommes de pouvoir, avoir des rapports d'amitié avec eux sous prétexte d'obtenir des informations. Mais cela les rend courtisans, ils ne font plus leur métier. Ils approchent le pouvoir et en sont contents parce qu'ils se sentent importants. Quand le ministre fend la foule et vient leur serrer la main, ça leur fait vraiment plaisir. Ils vont aussi en tirer de menus avantages: les PV qui sautent, une place en crèche pour les enfants, des appartements pas chers à la ville de Paris..."<sup>30</sup>. S'intéressant particulièrement au " cas français", Serge HALIMI constate que la marque de succès essentiel pour un directeur de l'information, reste d'abord d'obtenir d'un décideur quelconque qu'il exprime ce qu'il veut et quand ça lui chante, mais en exclusivité dans l'organe qu'il dirige. Cette dissémination d'une voix officielle s'appelle un "scoop"<sup>31</sup>. C'est ce journalisme de révérence que dénonce HALIMI qui ne manque pas au passage de souligner les tentatives de résistances d'une certaine presse. Ainsi évoque-t-il l'exemple de la révélation faite par le *Canard Enchaîné* à propos de l'occupation par Jacques CHIRAC d'un "bel appartement de la ville de Paris, et à bon prix". Mais, c'est pour déplorer que cet effet du contre pouvoir dans la presse écrite soit stoppé net par la télévision. Ainsi, Jean- Marie CAVADA, recevant le même jour "le procureur autodésigné de la fracture sociale" (Jacques CHIRAC) évita superbement cette question dérangeante préférant cette

---

<sup>29</sup> S. HALIMI, *Les nouveaux chiens de garde*, Éditions Liber-Raisons d'Agir, 1997.

<sup>30</sup> Cité par Pierre PÉAN et Christophe NICK, *TF1: Un pouvoir*, Paris, Fayard, 1997, pp. 304-305.

<sup>31</sup> S. HALIMI, *op. cit.*, p. 16.

interrogation si impertinente : "Combien pouvez-vous me citer. M. Chirac, de variétés de pommes ?". Prenant comme exemple la guerre du Golfe, HALIMI souligne l'unanimité cultivée par les professionnels des médias qui (nonobstant quelques rares exceptions) diluèrent leur esprit critique dans un soutien systématique aux dirigeants politiques. Le journalisme de révérence trouve son comble dans l'affirmation de Charles VILLENEUVE, réputé pourtant "homme de culture particulièrement raffiné" : " C'est la guerre du monde civilisé contre les Arabes". De l'évocation de cet exemple ( vécu avec quelques années de recul par beaucoup de journalistes comme une période sombre dans l'exercice de leur métier), HALIMI tire cette pertinente interrogation: "Être contre le pouvoir menacerait-il leur influence et celle de leur journal? La plupart des hommes de presse préfèrent alors hurler avec les loups. C'est pendant ces bouffées de fièvre et d'intolérance que le journaliste pourrait manifester son aptitude à la dissidence. Mais il aime lui aussi barboter dans le torrent unanimiste, jeter à la rivière le cynisme dont on le soupçonne, exhiber les derniers jouets que la technologie lui livre, faire front contre l'ennemi, rester "mobilisé" avec son armée et son pays. Pour consolider la réconciliation entre l'opinion et le pouvoir, il suspend sa vigilance. Et son bonheur de servir tient lieu d'aveu."<sup>32</sup>

Ces conclusions ne rappellent-elles pas les analyses de Noam CHOMSKY qui démonte les mécanismes de fonctionnement d'une " démocratie pour spectateurs "<sup>33</sup>? Ce dernier souligne les deux fonctions désormais visibles en démocratie: d'abord celle des dirigeants, "c'est à dire à qui revient le rôle de penser et planifier, ceux qui connaissent ce qu'est le bien commun" Ensuite, la fonction dévolue à la grande masse, le "troupeau dérouté"<sup>34</sup>. Le rôle des médias dans tout cela est bien sûr de servir de support dans la "fabrication du consentement". Faisant la comparaison entre les régimes totalitaires et démocratiques, l'auteur constate que dans le premier cas le consentement s'obtient par la menace de l'utilisation de la force, tandis que dans le deuxième cas, le consentement s'obtient par la propagande. La logique est donc très simple: la propagande médiatique est à la société démocratique ce que le matraque est à l'État totalitaire. La notion de fabrication du consentement rejoint l'idée évoquée par Patrick CHAMPAGNE à propos de la construction de l'opinion par le biais des sondages: "Faire l'opinion: le nouveau jeu politique"<sup>35</sup>. Percevant très tôt les dérives de cette nouvelle invention de la démocratie, Patrick CHAMPAGNE fait une analyse sociologique de la pratique des sondages d'opinion, des débats politiques à la télévision, qui montre qu'en fait, s'il y a progrès, c'est surtout dans la sophistication croissante des "technologies sociales" visant à faire croire que l'on donne la parole au peuple. Paradoxalement, fait-il remarquer, le champ politique tend à se refermer sur lui-même, le jeu politique étant de plus en plus une affaire de spécialistes qui, à travers notamment les sondages, prétendent "faire parler le peuple", mais le font en réalité à la manière du ventriloque qui prête sa voix à ses marionnettes. Il en conclut que l'idéal démocratique est sans doute moins menacé aujourd'hui par le totalitarisme que par une sorte de démagogie médiatique savante d'autant plus dangereuse qu'elle a formellement toutes les apparences de la démocratie. Lui emboîtant le pas, Roland CAYROL (pourtant administrateur d'un institut de sondage populaire en France, CSA) met l'accent sur les dérives pour la démocratie qu'entraînent les nouveaux types de rapports qu'entretiennent le monde politique et l'univers des médias. Il souligne les

---

<sup>32</sup> S. HALIMI, *op. cit.*, pp. 24-25.

<sup>33</sup> N. CHOMSKY, R.-W. McCHESNEY, *Propagande, médias et démocratie*, Éditions Écosociété, 2000.

<sup>34</sup> *Ibid.*, p. 24.

<sup>35</sup> P. CHAMPAGNE, *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, éditions de Minuit, 1990.

modification substantielles intervenues dans le fonctionnement des systèmes politiques et qui sont autant d'effets pervers. Les principaux effets pervers sont au nombre de cinq selon l'auteur: la personnalisation du pouvoir par les médias et surtout par la télévision, la fonction d'*agenda setting* autrement dit à leur fonction d'établissement de l'ordre du jour, le déplacement du lieu de la politique dans les médias et surtout à la télévision, la structuration de l'environnement politique des citoyens par des médias et souvent sans possibilité de vérification ou de contre-preuve, et enfin l'adaptation des discours politiques (formes et contenus) à la loi médiatique et d'abord à la toute puissance de la télévision dont la spécificité, le principe d'efficacité est évidemment le spectacle, un média perpétuellement soumis à l'épreuve des verdicts de marchés à travers la sanction directe de l'audimat et indirecte de la clientèle, pour parler comme BOURDIEU<sup>36</sup>. Dans l'énonciation des effets pervers subis par la démocratie par l'entremise des médias, il faudrait enfin souligner l'avertissement de Slobodan MILACIC, au nom de la vigilance démocratique rappelle-t-il : il faudrait surtout éviter la submersion du peuple électoral et sa substitution par l'institution sondagière.

Avec tant de constats négatifs, faut-il désespérer de l'apport des médias à la crédibilité du jeu démocratique? Il semble que non, seulement, comme le fait remarquer Noam CHOMSKY, pour comprendre la société dans laquelle l'on vit, le devoir de chacun est de réfléchir à ces faits qui sont importants pour tous ceux qui se soucient de la nature véritable de leur société. Conception que résume bien Pierre BOURDIEU, dont l'analyse des médias nullement pessimiste laisse entièrement ouvertes des portes de sortie: " Pour surmonter la difficulté disait-il, il faut que les producteurs qui sont dans leur petite citadelle sachent en sortir et lutter, collectivement, pour avoir de bonnes conditions de diffusion, pour avoir la propriété de leurs moyens de diffusion; lutter aussi, en liaison avec les enseignants, avec les syndicats, les associations etc., pour que les récepteurs reçoivent une éducation visant à élever leur niveau de réception"<sup>37</sup>.

Mais sitôt cette tâche évoquée qu'elle risquerait encore de se noyer dans le constat désespérant d'une nouvelle forme de monopolisation des moyens d'information qui laisse cependant percer le dernier espoir introduit par le nouveau mythe construit autour de la société de l'information: Désespoir et illusion accompagnent ainsi l'explosion de la communication.

## **B/ L'explosion de la communication<sup>38</sup> : Entre désespoir et illusions**

Une des thèses défendues dans la nouvelle société libérale marquée par l'omniprésence de l'information et des moyens de communication, est que la liberté de la presse, au sens large du terme est un principe universel, énoncé dans des textes fondamentaux à dimension universelle, et qu'il serait donc perçu comme une limite à la démocratie que d'en laisser le contrôle à l'État. La libéralisation du secteur de l'information devrait donc signifier une absence de contrôle par les autorités étatiques. Bien sûr que l'adoption de cette option comporte des avantages, notamment la formidable explosion des industries de la communication qui entraînent dans leur sillage d'autres secteurs mous de l'économie constituant ainsi ce qu'on pourrait appeler un "facteur

---

<sup>36</sup> P. BOURDIEU, *Sur la télévision*, LIBER - Raisons d'agir, 1996.

<sup>37</sup> *Ibidem*, p. 77.

<sup>38</sup> C'est aussi le titre de l'ouvrage de P. BRETON et de S. PROULX, *La Découverte poche*, Paris, 1996.

dopant". Mais la grande question aujourd'hui est de savoir si le contrôle de l'État n'est pas remplacé par celui des industriels, des entreprises commerciales, et si ce dernier contrôle ne serait pas plus pernicieux pour la démocratie en organisant une monopolisation, mieux une privatisation de l'intérêt général par quelques grands groupes, entraînant les médias dans une pente marchande vécue même par la plupart comme un mouvement irréversible?

## 1/ Les médias sur la pente marchande.

Comme le fait remarquer Lucien SFEZ<sup>39</sup>, le rapport du *Groupe Time Inc* rendu public en 1988, estimait déjà que dans les industries de la communication mass-médiatique, dont le rythme de croissance a excédé de moitié celui de l'économie aux États-Unis dans les trente dernières années, l'avenir est aux groupes de taille mondiale, capables d'intervenir dans l'ensemble des médias et de capter l'ensemble de la valeur ajoutée liée à des produits dont le coût de fabrication élevé, sera plus que compensé par la dimension universelle du marché potentiel.

Ainsi, se dessinèrent dans les années 90 des stratégies de rapprochement comme celle entre *Time Inc* et *Warner* en 1989, le développement de *Hachette* et *Bertelsmann* aux États-Unis. Tandis que dans l'audiovisuel, on pouvait noter la fusion au sein du *Groupe News Corp* de titres prestigieux tels *Times*, les maisons d'édition *Hanper and Row* et *Collins*, le *Studio 20th Century Fox*. Ces rapprochements réduisirent considérablement le rôle des entreprises de tailles moyennes dans l'organisation de l'industrie et du marché<sup>40</sup>.

Il se posait alors avec insistance la nécessité d'un débat portant sur les inconvénients et les avantages que pouvait présenter l'émergence de ces grands groupes multimédias, comme le rapporte GUILLOU dans son ouvrage *Les stratégies multimédias des groupes de communication*<sup>41</sup>. En témoignent les réflexions menées par la *Federation Communication Commission* aux États-Unis qui débouchèrent sur l'édification des *cross-ownership rules* limitant la concentration au niveau local. Il en est également ainsi des actions menées par l'*Independent Broadcasting Authority* en Grande Bretagne et qui confinent les entreprises de presse à avoir un rôle mineur dans la télévision.

Reste maintenant à essayer de comprendre qu'est-ce qui fondamentalement inciterait un groupe de communication à étendre son empire à plusieurs secteurs des médias ?

Lucien SFEZ affirme avec force qu'aujourd'hui, aucun groupe de communication ne conçoit son développement à l'écart des médias audiovisuels et électroniques<sup>42</sup>. Il y trouve cinq raisons dont deux nous paraissent essentielles :

- La première, c'est l'épuisement du modèle européen de régulation de l'audiovisuel assis depuis les années 50 sur le monopole du service public ainsi qu'une priorité sur la redevance ; ceci a favorisé une véritable révolution copernicienne dans l'offre de télévision et de radio. Ce processus, estime SFEZ, est amorcé en France dans les années 80 et a touché l'ensemble des pays européens en dehors de la Scandinavie. Tandis qu'aux États-Unis,

<sup>39</sup> L. SFEZ, (sous la direction de), *Dictionnaire critique de la communication*, 2t, PUF, 1993, p. 1052.

<sup>40</sup> Il faut noter par ailleurs que l'étude des groupes de communication est une discipline apparue à la fin des années 60 aux États-Unis (H. SCHILLER, T. GUBACK) dans les milieux universitaires qui s'attachaient, dans une démarche critique, à analyser l'hégémonie des États-Unis sur le marché mondial de l'information et des biens culturels. Cette tendance a été prolongée en Europe durant les années 70 par des travaux de chercheurs marxisants (A. MATTELART, P. FLICHY, B. MIÈGE, V. PORTER, N. GARNHAM...).

<sup>41</sup> Cf. *La documentation française*, Paris, 1985, deuxième édition.

<sup>42</sup> L. SFEZ, *op. cit.*, p. 1052.

L'option libérale de Ronald REAGAN éliminait les restrictions mises à la croissance des grands groupes. Ainsi, des groupes jusqu'alors confinés dans l'édition, entrèrent dans l'audiovisuel malgré les lois nationales ou les restrictions édictées par les autorités de régulation.

- L'autre raison évoquée par SFEZ tient au fait que les capitaux sont désormais disponibles, et qu'après des années d'indifférence, les banques et la Bourse trouvent à cette industrie bourgeonnante de la communication toutes les vertus : "richesse de perspectives, solidité des marges, valeur élevée d'actifs tels que les fréquences d'émission, les titres de magazine ou les films de répertoire qui sont autant de franchises immortelles, transformation des valeurs internes de la profession qui fait une meilleure place aux critères de gestion, de marketing."<sup>43</sup> Les groupes déjà établis et qui bénéficient d'un actif important, mais qui ont besoin de s'étendre ou de procéder à de grandes acquisitions trouvent leur compte dans ce mouvement. Ainsi s'expliquent l'endettement du groupe MURDOCH qui dépasse sept milliards de francs, celui de *Time-Warner* qui atteint les dix milliards, et celui de *Hachette* qui s'étend à dix milliards de francs.

Reste à se demander si le pluralisme des titres implique forcément une pluralité dans l'offre d'informations. L'ancien monopole de l'État ne laissera-t-il pas la place au monopole des entreprises privées ? Dans cette perspective, la concentration ne se fera-t-elle pas au détriment du pluralisme ?

Nous touchons là en fait à un autre concept clé central dans l'analyse des médias : le pluralisme de l'information.

Qu'implique alors la notion de pluralisme de l'information ?

Déjà Honoré de BALZAC<sup>44</sup> relevait que derrière l'apparente diversité idéologique de la presse parisienne, se cachait le monopole à la source de l'agence de presse Charles HAVAS. On sait qu'aujourd'hui deux grands groupes dominent la presse allemande, que MURDOCH contrôle 40% du tirage de la presse londonienne, qu'en France *Hachette* et le *groupe de la Cité* représentent 60% du marché de l'édition. Cela, même si de nouveaux venus sont apparus à la faveur de l'élargissement de l'offre dans l'audiovisuel, tels BOUYGUES, NRJ et VIVENDI en France, BERLUSCONI en Italie, Ted TURNER et l'exploitant des réseaux de télédistribution TCI aux États-Unis.

Seulement, la question importante consiste à savoir si les stratégies multimédias font obstacle au pluralisme des idées ? Il faut dire qu'il n'y a pas de diagnostic indiscutable sur les conséquences de ces stratégies multimédias d'une manière générale. D'où les conclusions très contradictoires tirées par les auteurs sur cette question.

- Certains considèrent que les nouvelles technologies et l'abaissement des coûts d'entrée dans l'industrie, ont plutôt abouti aux États-Unis à un accroissement du pluralisme de l'offre et du nombre d'entreprises dans le secteur des médias. Plusieurs études empiriques ont cherché à valider ce point de vue, soit en remettant en cause l'hypothèse de l'influence éventuelle des propriétaires sur le contenu des produits de leurs entreprises, notamment dans l'édition, soit en essayant de démontrer que le pluralisme des idées n'est pas affecté par la constitution dans certaines grandes villes de véritables monopoles de presse<sup>45</sup>. D'autres études, sans nier l'importance et la réalité d'un vaste mouvement de concentration, ont préféré mettre l'accent sur le potentiel d'autonomie contenu dans les technologies "privatiques", désormais

---

<sup>43</sup> *Ibidem*.

<sup>44</sup> Cf. H. BALZAC, *Correspondance*, Textes réunis par Roger PIERROT, Paris, Éd. Garnier Frères, 1960.

<sup>45</sup> Voir par exemple R.-M. ENTMAN, "Newspaper competition and first amendment ideals : does monopoly matter ? ", in *Journal of communication*, p. 147-165, cité par L. SFEZ, *op. cit.*, p. 1052.

accessibles à tous à coût modéré et qui peuvent ainsi émanciper les usagers jusqu'alors passifs des médias de flot<sup>46</sup>.

- Par contre, et comme le souligne Lucien SFEZ, bon nombre d'auteurs voient dans ce mouvement de concentration une tendance à la privatisation de l'intérêt général au profit de grands groupes et une concentration accrue de l'offre qui organise une redondance calculée des contenus les plus rentables, sans donner leur chance aux représentations sociales propres ou produites par les classes défavorisées<sup>47</sup>. FLICHY pour sa part, estime que la domination du modèle hollywoodien de fabrication des images s'est accentuée au cours des années 80, et les besoins d'images des téléspectateurs ont poussé les télévisions européennes à puiser dans les archives américaines et à augmenter la puissance des studios<sup>48</sup>. Ces studios constituent avec certaines grandes entreprises de presse diversifiées dans la télévision (HEARST, WASHINGTON POST etc.), et d'autres nouveaux opérateurs de réseaux câblés, une bonne partie des cinquante entreprises qui ont une emprise sur " ce que les Américains voient, entendent et lisent. "<sup>49</sup>

Lucien SFEZ cite les critiques encore beaucoup plus sévères de SHILLER, dont les travaux se situent résolument dans le cadre de l'école critique, sinon marxiste orthodoxe et analysent l'emprise des grandes entreprises de communication sur le contenu des représentations et leurs liens avec le complexe militaro-industriel américain<sup>50</sup>. Dans une approche prospective, SFEZ lance l'avertissement suivant : " Les réseaux d'alliances en gestation sont caractéristiques de la période à venir qui va consacrer un partage en jeu de go du territoire de l'offre médiatique. Les questions récurrentes de la concentration et de la préservation du pluralisme s'en trouveront posées en termes plus aigus ". Ce partage est en fait entré dans sa phase la plus active. Répondant à un étudiant américain qui lui demandait comment au juste une certaine élite contrôle les médias, Noam CHOMSKY répliquait : " Comment contrôle-t-elle *General Motors*? La question ne se pose pas. L'élite n'a pas à contrôler *General Motors*. Ça lui appartient "<sup>51</sup>. Cette main mise des géants économiques constitue selon Robert Mc CHESNEY une menace pour la démocratie.<sup>52</sup> Ses conséquences sont bien entendu incontestablement désastreuses pour l'information. Serge HALIMI en donne des exemples concrets dans son ouvrage *Les nouveaux chiens de garde*. Sur TF1 par exemple, les seuls ministres qui comptent sont les clients de BOUYGUES, actionnaire majoritaire de la chaîne, estime l'auteur, qui ajoute : " Bouygues construit la mosquée de Casablanca et l'aéroport d'Agadir : le roi du Maroc s'installe au journal télévisé de TF1. Puis le monarque enchaîne avec l'émission de Jean-Pierre Foucault, la trop bien nommée *Sacrée Soirée*. Bouygues aimerait s'occuper de plates-formes off-shore en Angola: Jonas Savimbi fait irruption au journal de la "Une". Bouygues veut obtenir un contrat de forage de gaz en Côte d'Ivoire (où son groupe contrôle déjà la distribution de l'eau et de l'électricité): le président ivoirien vient au journal de TF1". Ce qui est valable pour Bouygues l'est autant des autres médias tombés sous la coupe d'autres industriels. S'adressant ainsi aux cadres supérieurs de *Thomson-CSF* qu'il cherchait à séduire alors, l'industriel français Jean Luc LAGARDÈRE qui contrôle une partie des médias français, leur expliqua : " Un groupe de presse, vous

---

<sup>46</sup> Voir par exemple I. DE SOLA POOL, " *Technologies of freedom* ", Cambridge, The Belknap Press of Harvard University Press, 1983.

<sup>47</sup> L. SFEZ, *op. cit.*, p. 1053.

<sup>48</sup> P. FLICHY, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, PUG, 1980.

<sup>49</sup> Cf. B. BAGDIKIAN, *The Media Monopoly*, cité par L. SFEZ, *op. cit.*, p. 1053.

<sup>50</sup> L. SFEZ, *op. cit.*, p. 1053.

<sup>51</sup> Noam CHOMSKY, *Les médias et les illusions nécessaires*, Éditions K Films, Paris, 1993, p. 39.

<sup>52</sup> Noam CHOMSKY et Robert McCHESNEY, *Propagande, médias et démocratie*, *op. cit.*, p. 79.

verrez, c'est capital pour décrocher des commandes "<sup>53</sup>. Il ne faut alors pas s'étonner lorsque par exemple, ces patrons sont interpellés par la justice pour répondre d'actes non conformes à la loi, que les professionnels travaillant dans leurs groupes de presse s'en offusquent ouvertement. Ainsi, le philosophe-essayiste-réalisateur-éditorialiste, Bernard-Henry LEVY, également conseiller littéraire chez *Grasset*, filiale du groupe *Hachette*, commentait-il la mise en examen du président de son groupe en ces termes : " Je ne m'inquiète pas pour Lagardère que j'ai vu triompher d'adversités plus redoutables. Mais je m'interroge sur ce jeu de massacre dont on voit, chaque semaine ou presque, paraître une nouvelle cible. L'affaire Lagardère comme un symptôme. "La destruction des élites" continue "<sup>54</sup>. Et il paraîtrait que dans l'expression de ces mouvements de sympathie à l'endroit de leurs patrons en difficulté, les journalistes français soient moins enclins que leurs homologues américains à respecter les règles déontologiques et éthiques. Serge HALIMI évoque ainsi la réaction de Sylvie-Pierre Brossolette, alors journaliste à *L'Express*, qui dénonça à la télévision la sévérité de la sanction judiciaire infligée au PDG d'*Alcatel* dont l'une des filiales, *La Générale Occidentale* contrôlait à l'époque *L'Express* : "Il y a en France, disait-elle, des cris d'orfraie dès que quelqu'un gagne un zéro à côté d'un zéro", puis rappelant "l'éternelle jalousie des pauvres" à l'endroit des riches, elle s'en prenait au juge trouvant leur " attitude tout à fait étonnante. Ils se permettent d'attaquer ministres et patrons sur le même mode...". Mais, précise HALIMI, "ni elle, ni Michèle Cotta, la présentatrice de l'émission, ne jugèrent nécessaire d'alerter les téléspectateurs de France 2 sur les liens qui existaient à l'époque entre Alcatel et *L'Express*", contrairement donc aux journalistes américains qui se font en général un devoir d'informer les auditeurs ou les lecteurs de l'existence possible d'un conflit (ou d'une collusion) d'intérêts entre leur propriétaire et l'information qu'ils relatent"<sup>55</sup>.

Il est vrai que l'indépendance n'existe plus là où un journaliste doit par exemple traiter d'une information concernant un différend opposant son propriétaire à une entreprise concurrente. Car le risque est gros et presque inévitable de servir, sous l'emprise de la logique d'entreprise, de relais aux thèses de son allié économique. Lorsque nous posons la question au responsable de l'un des plus importants groupes de presse en Afrique Francophone (A.-L. COULIBALY), si le fait que son entreprise ouvre son capital à des secteurs industriels étrangers à la profession, ne risquait pas d'altérer sérieusement son idéal d'indépendance, il nous répondait avec un brin de fatalité presque désespérante, qu'il n'y a aucune entreprise de presse au monde qui ne soit sous la férule d'un groupe de pression économique<sup>56</sup>: " Ce n'est ni *Sun*, ni *TF1*, ni *Libération*... Quand on craint de s'associer avec quelqu'un, c'est parce que, à mon avis, on n'est pas suffisamment sûr de ses propres forces, et on doute de soi. Mais nous, nous n'avons pas de doute. Nous savons où nous allons. Nous avons la capacité d'y aller. Quand quelqu'un, en s'associant, pense qu'il n'a pas suffisamment d'indépendance et de dignité pour résister, il n'a pas à le faire. Le groupe *Sud Communication* n'a pas de crainte ". Réaliste comme tout bon capitaliste, ce responsable du groupe *Sud Communication* affirme que les journaux les moins viables sont ceux qui restent tributaires de leur lectorat, autrement dit, ceux qui ne reçoivent pas d'investissements de partenaires externes ; tandis que les journaux les plus viables sont ceux qui reçoivent des investissements.

<sup>53</sup> Cité par Serge HALIMI, *op. cit.*, p. 35.

<sup>54</sup> *Le point*, 3 mai 1997.

<sup>55</sup> Serge HALIMI, *op. cit.*, p. 37.

<sup>56</sup> Cf. Entretiens réalisés dans le cadre des enquêtes relatives à notre thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, *Pluralisme de l'information et groupes multimédias privés au Sénégal : Essai d'approche socio-politique*, Bordeaux III, mars 2001.

Seulement, à supposer que cette analyse reflète la réalité, il n'empêche que le risque d'altération de l'idéal d'indépendance des groupes multimédias privés existe. Notre interlocuteur n'écarte d'ailleurs pas ce point, mais précise-t-il : " L'indépendance n'existe pas dans l'absolu. " Il faut dire donc, que lorsque l'on épouse la logique capitaliste, la question de l'indépendance devient forcément secondaire face aux facteurs de rentabilité, de perfectionnement du produit. Rentabilité et perfectionnement que l'on ne peut assurer sans des capitaux, peu important leur origine et leurs conséquences, pourvu que tout se passe dans un cadre supposé légal : " Le groupe *Sud Communication* n'a plus l'intention de gérer un journal... Nous mettons en place un groupe multimédia, multimédia... Nous sommes des capitalistes... La meilleure presse que vous lisez à travers le monde, c'est la presse capitaliste " affirme-t-il, enfin<sup>57</sup>!

A partir du moment où le groupe *Sud Communication* affiche son adhésion à la logique capitaliste, il s'expose bon gré malgré, comme toutes les entreprises de presse de cette nature, au risque de perdre un total contrôle sur sa ligne éditoriale qui pourrait tendre ainsi vers la " privatisation " de l'intérêt général au profit de grands groupes financiers. Le risque est alors gros de voir un groupe de presse, sous la pression des investisseurs, orienter ses programmes vers les exigences des patrons d'entreprises ou de banques, en organisant une redondance calculée des contenus les plus rentables sans donner leurs chances aux représentations sociales propres ou produites par les classes défavorisées.

S'il est vrai que l'indépendance est une notion relative, qu'elle s'applique plus aux individus qu'aux groupes, il faut également remarquer qu'il peut arriver un moment où la volonté individuelle ne résiste plus devant les pressions qu'exige la sauvegarde des intérêts de l'entreprise. Il peut arriver que le journaliste soit dans l'impossibilité de faire valoir son indépendance individuelle face au risque de perte de l'indépendance financière de l'entreprise de presse. Il faudrait même se demander (pour reprendre une idée émise par Jacques DOLEANS à propos du quotidien français *Le Monde*)<sup>58</sup> si la perte de l'indépendance financière ne conduirait pas à la mort du groupe de presse privé ? Force est de constater que lorsque l'indépendance face à l'argent n'existe plus, le véritable patron d'un groupe de presse, ce n'est plus le gérant, mais peut-être le président de la banque ou l'industriel présidant le conseil d'administration, ouvrant les vannes du compte à sa guise. Comme le contrôle des médias s'est concentré dans chaque marché entre les mains soit d'un seul propriétaire ou de deux ou trois propriétaires, le journalisme a fini, selon McCHESNEY, à refléter les intérêts partisans des propriétaires et des annonceurs, plutôt que les intérêts variés qui existent au sein des communautés.<sup>59</sup>

Mais pour certains auteurs, il n'y pas lieu de s'alarmer de cette situation de contrôle systématique des médias traditionnels par des secteurs industriels, surtout que le risque de manipulation des citoyens est désormais atténué par le caractère éminemment démocratique des nouveaux médias. Si alors, la liberté de la presse, mythe fondateur, n'a pas résisté à l'usage du temps, Internet serait désormais le nouveau mythe sauveur de la démocratie.

## **2/ Internet : un nouveau mythe sauveur**

Le mythe de la liberté de la presse s'est effondré. Il n'a pas survécu à la logique marchande et à la pensée unique. La complicité, les connivences de trois acteurs majeurs de

---

<sup>57</sup> *Ibidem*.

<sup>58</sup> Cf. J. DOLEANS, *La fin d'un Monde*, EST-Samuel Tastet, Paris, 1988, p. 302.

<sup>59</sup> N. CHOMSKY et R.-W. McCHESNEY, *op. cit.*, pp. 93-94.

la démocratie ont rendu vaine l'autonomie des médias. Alors surgit comme par miracle le nouveau mythe libérateur : Internet. Les promesses du *Cyberespace*<sup>60</sup> sont telles qu'elles donnent lieu à de nouvelles croyances : l'idéologie technique. Les thuriféraires de la société de l'information voient dans les nouvelles techniques l'émergence d'une société plus démocratique, plus interactive. Les peurs et les craintes exprimées sont alors considérées comme des archaïsmes. Et pour conjurer les peurs suscitées par l'enthousiasme des tenants de la société virtuelle, Pierre LÉVI (l'un des apologues de la "poésie du virtuel") livre ce diagnostic qui devrait rassurer les plus sceptiques : " Tendez l'oreille à l'interpellation de cet art, de cette philosophie, de cette politique inouïe : Êtres humains, gens d'ici et de partout, vous qui êtes emportés dans le grand mouvement de la déterritorialisation, vous qui êtes greffés sur l'hypercorps de l'humanité et dont le pouls fait écho à ses géantes pulsations, vous qui pensez réunis et dispersés parmi l'hypercortex des nations, vous qui vivez saisis, écartelés, dans cet immense événement du monde qui ne cesse de revenir à soi et de se recréer, vous qui êtes jetés tous vifs dans ce virtuel, vous qui êtes jetés dans cet énorme saut que notre espèce accomplit vers l'annonce du flux de l'être, oui, au cœur même de cet étrange tourbillon, vous êtes chez vous. Bienvenue dans la nouvelle demeure du genre humain. Bienvenue sur les chemins du virtuel!"<sup>61</sup>. Ce discours altruiste trouve écho chez de ROSNAY (*L'Homme symbiotique. Regards sur le troisième millénaire*)<sup>62</sup> et NEGROPONTE, (*L'Homme numérique*)<sup>63</sup>. La société de l'information émancipera alors les usagers jusqu'alors passifs des médias de flot. Les succès de ce thème de la société de l'information tiennent à cinq raisons, selon WOLTON<sup>64</sup> : D'abord la rupture avec les médias de masse (avec l'ordinateur, l'utilisateur a le sentiment d'être l'acteur, il ne reçoit plus l'image, il prend l'initiative); ensuite, l'aventure culturelle d'une génération (une aventure valorisante pour une génération qui n'a connu que le chômage et qui est en quête d'idéal d'être *l'acteur d'un nouveau monde*); puis le symbole de la modernité (tout est propre avec les TIC, "rien ne menace la nature comme le nucléaire", c'est immatériel, direct, instantané, une réalité virtuelle qui n'a pas besoin de se justifier par rapport à une tradition) ; ensuite une réponse à l'angoisse anthropologique moderne (en adhérant massivement aux techniques, on domestique ses appréhensions et ses peurs, on a tellement reproché à la génération 80-90 d'être centrée sur la consommation, qu'elle trouve ici le moyen de concilier consommation et connaissance) ; enfin, le " court-circuit" du développement mondial ( la génération de l'an 2000 sensible à la communication et à la solidarité voit dans les nouvelles techniques un moyen de *neutraliser* les effets du capitalisme. Si les ordinateurs sont aussi performants à Hong Kong qu'en Afrique, les outils d'un autre développement sont présents. En créant de nouveaux circuits de communication entre les pays du *Nord* et les pays du *Sud*, ces derniers trouveraient là un des facteurs de leur autonomie de demain). Mais si l'auteur rappelle les clés du succès du nouveau thème de la société de l'information, c'est pour mettre l'accent sur la différence entre progrès techniques et progrès de la communication humaine. Il estime que l'idéologie technique d'aujourd'hui n'est pas moins dangereuse que les multiples dominations d'hier. Internet ne créera pas magiquement une société où l'information circulerait librement et pacifiquement, où les rapports sociaux seraient miraculeusement modifiés<sup>65</sup>.

<sup>60</sup> C'est le titre de la Revue *Sociologie et sociétés*, vol. XXXII, numéro 2, Automne 2000.

<sup>61</sup> P. LÉVI, *Qu'est-ce que le virtuel?*, La Découverte, 1995, p. 146.

<sup>62</sup> Éditions Seuil, Paris, 1995.

<sup>63</sup> Éditions Laffont, Paris, 1995.

<sup>64</sup> D. WOLTON, *Penser la communication*, op. cit., p. 246-254.

<sup>65</sup> D. WOLTON, *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias*, Flammarion, 1999.

Pour sa part, McCHESNEY rappelle qu'Internet a ouvert des possibilités importantes dans le champ des communications démocratiques, notamment pour les militants<sup>66</sup> dont les médias commerciaux limitaient l'expression. Cet élément a fait de l'apparition de ce média une technologie positive, mais l'auteur fait remarquer que malgré tout, en déduire qu'Internet est en train de devenir le média démocratique par excellence pour la société dans son ensemble, ne va pas de soi : " L'idée qu'il permettra à l'humanité de se passer du capitalisme et des compagnies de médias entre en contradiction flagrante avec ce que l'on observe actuellement, à savoir sa commercialisation rapide"<sup>67</sup>. Dans les années 1994/1995, certains utilisateurs étaient tellement enthousiasmés et impressionnés par la puissance de la technologie qu'ils croyaient que le *Cyberespace* marquerait la fin des géants des communications dont l'unique objectif est le profit. L'on croyait pouvoir s'affranchir de ces compagnies commerciales et créer les conditions d'une communication sans intermédiaire à l'échelle planétaire. Mais McCHESNEY constate qu'à la fin des années 90, cette euphorie de ceux qui considéraient Internet comme un moyen de promouvoir un journalisme, une conception de la politique et des médias et une culture qualitativement égalitaires, s'est estompée. Car tout semble indiquer, selon l'auteur, que les contenus des médias commerciaux sur Internet, ne différeront guère de ce qui existe déjà.<sup>68</sup> Frank BEACHAM, fervent partisan d'Internet en 1995, comme espace public hors contrôle des compagnies et des gouvernements, se plaignait un an plus tard de l'évolution du réseau qui, disait-il, " de média favorisant la participation populaire et servant ses intérêts, s'est transformé en média de diffusion où les compagnies injectent de l'information orientée vers la consommation. L'interaction n'irait pas beaucoup plus loin que les opérations commerciales et le courrier électronique"<sup>69</sup>. Faudrait alors désespérer également du nouveau mythe sauveur?

Dans une approche marquée du sceau de la prudence, de l'équilibre et de la rigueur scientifique, Éric GEORGE affirme avoir retrouvé un contenu sur la Toile ou dans les listes de diffusion qui peut sans doute être comparé à celui de la presse d'opinion du XVIII<sup>e</sup> siècle dont parlait HABERMAS : " Notamment parce que l'Internet a été conçu comme un moyen de communication qui impose de faibles barrières à l'entrée - du moins en comparaison avec d'autres moyens de communication - il peut être mobilisé à des fins de participation à l'espace public sans avoir besoin de capitaux considérables. Cela ne veut pas dire pour autant, précise l'auteur, qu'il y a obligatoirement un accès plus égal à l'espace public, et ce pour deux raisons. Cet accès demande un minimum d'acculturation informatique ainsi que des connaissances en économie et en politique de façon à pouvoir participer à une confrontation des arguments fondée sur l'échange d'idées, de critiques et de propositions".<sup>70</sup> C'est dire les nécessités de relativiser toute théorie portant sur les rapports entre médias et démocratie.

### **Conclusion : Les nécessités de relativiser par une approche socioculturelle.**

---

<sup>66</sup> Pour un exemple concret et pertinent de l'utilisation par les militants sociaux de ce nouvel outil qu'est Internet, lire la thèse de Éric GEORGE : *L'utilisation de l'Internet comme mode de participation à l'espace public dans le cadre de l'AMI et au sein d'ATTAC : Vers un renouveau de la démocratie à l'ère de l'omnimarchandisation du monde?*, École Normale Supérieure de Lyon et Université du Québec à Montréal, août 2001.

<sup>67</sup> N. CHOMSKY et R.-W. McCHESNEY, *op.cit.*, p. 126.

<sup>68</sup> *Ibidem*, p. 132.

<sup>69</sup> F. BEACHAM, "Net Loss", *Extra!*, mai-juin 1996, p. 16.

<sup>70</sup> E. GEORGE, *op. cit.*, p. 332.

La dialectique, les contradictions permanentes sur chaque question soulevée dans l'étude des rapports entre médias et démocratie n'en sont-elles pas l'illustration? cette conviction est définitivement ancrée en nous. Car les réalités recouvertes par les termes médias et démocratie sont les produits d'une réalité sociale et ne peuvent être comprises et analysées en dehors de celles-ci. D'où l'exigence de recourir à une approche socio-culturelle qui peut en fonction des contextes sur lesquels porte l'analyse amener à remettre en cause tous les postulats théoriques. En étudiant par exemple profondément les relations que l'univers médiatique entretient avec les pouvoirs politique, économique au Sénégal, nous constatons que les véritables obstacles à un réel épanouissement des médias ne se situaient pas de ces côtés-ci mais du côté du pouvoir maraboutique qui soumet tous les acteurs à reproduire des actes d'allégeance sinon de soumission, ce qui en fait un mécanisme régulateur du jeu démocratique sénégalais, pourtant présenté par les élites et l'opinion publique occidentales comme la "vitrine de la démocratie" en Afrique ( la *success story sénégalaise* dont parle D. Cruise O'BRIEN ). C'est dire combien les concepts de démocratie, de laïcité, etc. appellent un effort de contextualisation, d'adaptation, d'acclimatation et peut-être même de ré-invention.

## BIBLIOGRAPHIE

- ALBERT, (P) et TERROU, (B), *Histoire de la presse*, PUF, 1970.
- BALZAC, (H), *Correspondance*, Textes réunis par Roger PIERROT, Paris, Éd. Garnier Frères, 1960.
- BEACHAM, (F), "Net Loss", *Extra!*, mai-juin 1996.
- BOURDIEU, (P), *Sur la télévision*, LIBER - Raisons d'Agir, 1996.
- P. BRETON et S. PROULX, *L'Explosion de la communication*, La Découverte poche, Paris, 1996.
- CHAMPAGNE, (P), *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, éditions de Minuit, 1990.
- CHARON, (J-M), " Questions de déontologie ", dans *Esprit*, numéro 167, décembre 1990.
- CHARTIER, (R), *Les origines culturelles de la Révolution française*, Paris, Seuil, 1990, pp. 53-85.
- CHOMSKY, (N), *Les médias et les illusions nécessaires*, Éditions K Films, Paris, 1993.
- CHOMSKY, (N) et McCHESNEY, (R.-W), *Propagande, médias et démocratie*, Éditions Écosociété, 2000.
- CORNU, (D), *Journalisme et vérité, Pour une éthique de l'information*, Labor et Fides, 1994.
- DE SOLA POOL, (I), " *Technologies of freedom* ", Cambridge, The Belknap Press of Harvard University Press, 1983.
- De ROSNAY, (J), *L'Homme symbiotique. Regards sur le troisième millénaire*, Éditions Seuil, Paris, 1995.
- De VIRIEU, (F.-H), *La Médiacratie*, Paris, Flammarion, 1990.
- DOLEANS, (J), *La fin d'un Monde*, EST-Samuel Tastet, Paris, 1988.
- EWALD, (F), *L'État-providence*, Grasset, Paris, 1986.
- FLICHY, (P), *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, PUG, 1980.
- GEORGE, (E), *L'utilisation de l'Internet comme mode de participation à l'espace public dans le cadre de l'AMI et au sein d'ATTAC : Vers un renouveau de la démocratie à l'ère de l'omnimarchandisation du monde?*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, École Normale Supérieure de Lyon et Université du Québec à Montréal, août 2001.
- GINGRAS, (A.-M), *Médias et démocratie : Le grand malentendu*, Presses de l'Université du Québec, 2000.
- HABERMAS, (J), *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. Fr. Marc B. de Launay, Paris, payot, 1978.
- KAYSER, (J), *Mort d'une liberté*, Paris, Plon, 1955.
- LÉVY, (P), *Qu'est-ce que le virtuel?*, La Découverte, 1995.

- LOUM, (N), *Pluralisme de l'information et groupes multimédias privés au Sénégal : Essai d'approche socio-politique*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Bordeaux III, mars 2001.
- MILACIC, (S), " La souveraineté du peuple électoral ou de l'opinion publique sondagière? ", in *Regards croisés sur Constitutions quadragénaires : France - Tunisie*, sous la direction de J. Gicquel et B. Bénachou, 2001.
- NEGROPONTE, (N), *L'Homme numérique*, Éditions Laffont, Paris, 1995.
- PÉAN, (P) et NICK, (C), *TF1: Un pouvoir*, Paris, Fayard, 1997.
- RAYNAUD, (P), " Révolution américaine ", in *Dictionnaire critique de la Révolution française*, Paris, Flammarion, 1988.
- Revue *Sociologie et sociétés*, vol. XXXII, numéro 2, Presses de l'Université de Montréal, Automne 2000.
- SFEZ, (L), (sous la direction de), *Dictionnaire critique de la communication*, 2t, PUF, 1993.
- VOYENNE, (B), *Les journalistes français. D'où viennent-ils? Qui sont-ils? Que font-ils?*, Paris, CFPJ-Retz, 1985.
- WOLTON, (D), *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997.

## Sommaire

### I / La liberté de la presse comme mythe fondateur de la démocratie

#### A/ L'avènement de l'espace public : un mécanisme de concertation démocratique

1/ Les conditions d'émergence de l'Espace public

2/ L'élargissement de l'Espace public : perversion ou effet positif ?

#### B/ La reconnaissance de la liberté de la presse

1/ Une liberté : deux approches

2/ La mort d'une liberté

### II/ Le quatrième pouvoir dans les relations de domination.

#### A/ Les manifestations du quatrième pouvoir.

1/ Le quatrième pouvoir : un mécanisme dans les théories de l'équilibre des pouvoirs.

2/ Les rapports entre le quatrième pouvoir et le pouvoir politique : Les dérives

#### B/ L'explosion de la communication : Entre désespoir et illusions

1/ Les médias sur la pente marchande.

2/ Internet : un nouveau mythe sauveur