Médias et démocratie. Le grand malentendu d'Anne-Marie Gingras, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999, 248 p.

Éric George

Volume 20, numéro 2-3, 2001

Gouvernance et société civile

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/040289ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/040289ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Société québécoise de science politique

ISSN

1203-9438 (imprimé)

1703-8480 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

George, É. (2001). Compte rendu de [*Médias et démocratie. Le grand malentendu d'Anne-Marie Gingras, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999, 248 p.*] *Politique et Sociétés*, 20(2-3), 242–246. <https://doi.org/10.7202/040289ar>

Médias et démocratie. Le grand malentendu

d'Anne-Marie Gingras, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999, 248 p.

Reconnaissons-le d'emblée, cet ouvrage était nécessaire et est donc bienvenu. Son auteure, Anne-Marie Gingras, professeure de science politique à l'Université Laval, démontre qu'il y a en effet un « grand malentendu » à propos des relations souvent établies entre les médias et la démocratie. La thèse qui est défendue étant vaste, il était impossible d'argumenter de façon détaillée en 232 pages. Toutefois, grâce à de nombreux renvois à des travaux de qualité, Anne-Marie Gingras invite indirectement les lecteurs et les lectrices à approfondir tel ou tel des thèmes abordés, selon leurs centres d'intérêt.

La thèse d'Anne-Marie Gingras se résume ainsi : on ne peut pas associer les médias et la démocratie dans l'état actuel des choses sans problématiser. Avant de développer de façon systématique un certain nombre d'arguments, l'auteure commence par remettre d'abord en cause plusieurs éléments de réflexion qui sont souvent considérés comme autant d'évidences. Si l'existence de médias libres constitue une condition nécessaire à la démocratie, elle n'est certainement pas une condition suffisante, et ce pour trois raisons. Premièrement, la vie politique comprend bien d'autres dimensions que l'accès à l'information, qu'il s'agisse de la représentation de la population par les partis ou de l'existence de mécanismes permettant des échanges entre le lieu du politique proprement dit et ce que l'on appelle de plus en plus souvent la société civile. Deuxièmement, être informé n'a d'intérêt que si cette information a du sens et devient une connaissance qui prend place dans le cadre d'une réflexion ; or, cette équivalence entre information et connaissance n'a rien d'automatique. Troisièmement, le fait de mettre l'accent sur la communication tend plus ou moins indirectement à favoriser une conception consensuelle de la société et à faire oublier que les individus et les groupes constitutifs de la société peuvent avoir des intérêts divergents. Il y a là une idée un peu naïve des rapports sociaux.

Pour étayer son propos, Anne-Marie Gingras a divisé l'ouvrage en cinq chapitres : « La sphère publique comme idéal démocratique », « Les médias et

les pouvoirs politiques », « Les médias et les pouvoirs économiques », « L'opinion publique et les sondages comme outils de gestion publique » et « Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ». Les trois premiers apparaissent étroitement liés et visent à proposer une analyse globale du système médiatique. Les deux suivants sur un plan un peu différent cherchent à montrer que les sondages sont beaucoup plus une création sociale qu'une réalité scientifique et qu'il faut rester prudent avant de porter un jugement sur le développement du réseau Internet et au-delà, sur les technologies de l'information et de la communication, qualifiées de technologies nouvelles ou interactives.

Dans le premier chapitre, Anne-Marie Gingras aborde tout d'abord le modèle de la sphère publique présenté par Jürgen Habermas comme un idéal-type issu des Lumières. L'auteure réfute l'existence d'une sphère publique qui permettrait une délibération fondée sur la rationalité des arguments échangés, l'accessibilité de tous les citoyens et la transparence des décisions. Elle estime que les émotions sont porteuses de sens pour les êtres humains, que les inégalités relativement à l'accès aux médias sont considérables et que des éléments tels que la vie privée, le secret commercial ou la sécurité nationale vont à l'encontre de l'idée de transparence. A.-M. Gingras aborde aussi, mais brièvement, la notion de liberté d'expression en décrivant son évolution puis elle présente les cinq composantes de son cadre de référence. Ce sont d'abord les travaux de Theodor W. Adorno et Max Horkheimer selon lesquels l'industrie culturelle joue un rôle déterminant dans la cohésion et le maintien du système capitaliste, les médias devant être considérés comme un ensemble à analyser en tant que tel. Ce sont ensuite les réflexions d'Antonio Gramsci qui permettent à l'auteure de mettre l'accent sur l'hégémonie, processus par lequel un groupe social dominant économiquement peut transformer la domination en *leadership* culturel, social et politique qui fait l'objet d'un consentement. A.-M. Gingras reprend le concept d'appareil idéologique d'État de Louis Althusser, posant que des institutions comme les médias transmettent l'idéologie dominante mise en avant par la classe qui s'incarne dans l'État. Elle retient l'idée que les médias font la promotion d'un système économique et politique en utilisant la persuasion. Elle s'inspire aussi de Douglas Kellner qui estime que si, dans son ensemble, la production médiatique fait la promotion de la consommation en tant que valeur supérieure dans nos sociétés, l'analyse des émissions permet de conclure que la télévision peut aussi à certains moments devenir un lieu de luttes idéologiques. A.-M. Gingras note que l'existence de messages opposés à l'ordre dominant mérite une certaine attention. Enfin, elle mentionne les travaux de Stuart Hall qui a mis l'accent sur la réception des messages. Elle en retient l'idée d'une certaine autonomie du sujet, qui ouvre une porte sur la question de la résistance, sans nier pour autant l'existence d'une lecture hégémonique dominante.

C'est dans le deuxième chapitre que l'auteure montre les liens entre les médias et les pouvoirs politiques, en s'intéressant notamment au processus de fabrication de l'information politique. L'étude des pratiques journalistiques en

matière de collecte de l'information caractérisée par l'importance de quelques sources principales et par le recours fréquent à des conférences de presse ou à des entretiens spéciaux, montre l'existence d'une dépendance vis-à-vis des professionnels de la politique. On constate également que les conditions de travail des journalistes, liées principalement à l'affectation des ressources et au (peu de) temps disponible, constituent pour eux autant de limites dans leur travail d'information. Par ailleurs, les journalistes obéissent à certains procédés employés aussi par les responsables politiques : recherche de la personnalisation de l'information, dramatisation, fragmentation qui consiste à présenter les nouvelles indépendamment les unes des autres, normalisation qui vise à faire croire au caractère naturel d'un phénomène, contact qui témoigne que le journaliste est sur le terrain, là où se passent les faits. Tous ces procédés favorisent le rapprochement entre les deux professions. Enfin, les journalistes accordent la parole aux responsables politiques qui ont tendance à axer leur communication sur des codes usant de procédés rhétoriques qui contreviennent radicalement au modèle de la sphère publique.

Le chapitre trois porte sur les relations entre les médias et les pouvoirs économiques. A.-M. Gingras estime qu'en prenant la direction d'entreprises médiatiques, les dirigeants ne s'intéressent pas forcément prioritairement aux citoyens en tant que consommateurs, mais surtout aux responsables politiques. C'est pourquoi il importe de situer leurs interventions auprès des rédactions dans cette perspective. Quant à l'autonomie du journaliste, elle est liée à la syndicalisation, à l'éthique, à la tradition en vigueur et à la santé financière de l'entreprise. Par ailleurs, il faut reconnaître qu'en tant qu'acteurs principaux du système capitaliste, les entreprises ont tout intérêt à défendre celui-ci. Pour s'en rendre compte, il suffit d'observer les relations entre les contenus éditoriaux et la publicité, qu'on pense à l'interdiction de certains reportages télévisés, due à la présence d'annonceurs, ou au développement du publi-reportage. Il importe également de situer l'information dans le processus plus global de la marchandisation, l'information étant instrumentalisée afin que l'entreprise en tire des profits. De plus, la mise en valeur du capital conduit également à la concentration des entreprises. Plusieurs enquêtes ont montré que plus on s'éloigne de l'entreprise médiatique indépendante, plus on se rapproche du *holding* dont les activités en matière d'information sont secondaires ; de même, ces enquêtes montrent que dans ces conditions, la place de l'information n'est pas prioritaire dans les stratégies d'entreprises.

Le chapitre quatre est l'occasion d'exposer le lien entre opinion publique et sondages. Malgré la crédibilité qu'on leur reconnaît, les sondages présentent plusieurs problèmes. Premièrement, l'analyse technique, portant sur l'échantillon, la marge d'erreur, l'intervalle de confiance et la répartition des personnes indécises, et l'analyse langagière, qui met l'accent sur l'ambiguïté de certains mots et la forme des questions, démontrent que les sondages ne sont guère scientifiques. Deuxièmement, ce sont surtout les élites politiques et économiques qui utilisent les sondages – qu'elles commanditent

d'ailleurs souvent également- à des fins de commentaires, l'accent étant alors mis sur tel ou tel point au détriment de tel ou tel autre. Troisièmement, les journalistes utilisent les sondages pour poser les « bonnes » questions, croyant ainsi se faire les porte-parole de l'opinion publique. Quant aux médias, ils voient dans les sondages une façon de montrer leur neutralité, leur objectivité. Enfin, n'oublions pas que les sondages reposent sur l'idée que tout le monde a une opinion sur tout et à tout moment, ce qui n'est pas le cas.

Le chapitre cinq est consacré aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) surtout concrétisées par le réseau Internet. L'auteure déclare tout d'abord que si les visions athénienne – qui met l'accent sur la proximité- et orwellienne – qui met l'accent sur le contrôle social- de l'apport des NTIC dans nos sociétés sont opposées, elles se rejoignent cependant, car elles reposent toutes les deux sur une analyse qui relève du déterminisme technique. L'innovation sociopolitique est plutôt la résultante des relations entre les logiques technique (le potentiel technologique), sociale (les usages des dispositifs communicationnels), économiques (les intérêts en jeu, les entreprises qui favorisent les projets ayant la plus forte rentabilité possible) et politiques (le fonctionnement des institutions et les relations du pouvoir politique avec la société civile, autrement dit l'état de la démocratie).

A.-M. Gingras s'intéresse ensuite à la surveillance des NTIC exercés par les États et surtout par les entreprises. À propos de l'État, elle estime que son rôle n'a pas forcément diminué depuis la remise en cause du providentialisme, mais qu'il a changé d'orientation avec la libéralisation et la concurrence des marchés. La protection des intérêts des entreprises se constate aussi dans la façon dont les États abordent prudemment des questions d'intérêt public en pariant, par exemple, sur l'autorégulation du secteur par les acteurs. De plus, les rôles joués à différents titres par des organismes, tels que le Consortium W3C, l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ou l'Union internationale des télécommunications (UIT), témoignent de la remise en question du rôle central de l'État dans la gouvernance, mais ils posent aussi des questions quant à la nature démocratique des décisions qui sont prises.

Enfin, l'auteure aborde la question du « militantisme cybernétique » en précisant qu'elle s'intéresse aux situations où il y a critique des systèmes politiques et économiques par la volonté de modifier les rapports de force. L'action militante doit alors veiller à ne pas amplifier les inégalités entre les utilisateurs des NTIC et les non-utilisateurs, à décentraliser les prises de décision et à intégrer l'économie comme lieu de pouvoir. Elle conclut que les groupes organisés, bien plus que les individus isolés, sont concernés par ces pratiques militantes sur le réseau Internet. C'est d'ailleurs sans doute, au moment où le livre se termine, que l'on aimerait en savoir davantage, par exemple sur la place que les organismes militants attribuent à Internet comme moyen de se passer de la médiation journalistique traditionnelle –

largement remise en cause dans l'ouvrage – et sur le rôle qu'ils veulent tenir dans les années à venir entre l'*agora*, la sphère publique, et l'*ecclesia*, le lieu du politique proprement dit.

À la fin de l'ouvrage, on ne peut que conclure à l'intérêt des propos de A.-M. Gingras. Ceux-ci ont notamment le grand mérite de prendre place dans une réflexion d'ensemble qui accorde une certaine autonomie aux acteurs, notamment aux journalistes, mais qui montre bien dans quelle mesure cette autonomie reste limitée. L'emploi du concept de « continuum », qui situe les médias entre la sphère publique idéale et l'appareil idéologique, traduit en effet le souci de parier pour une certaine indétermination et le « refus des modèles fermés et stables » (p. 228). Toutefois, l'auteure admet bien volontiers que son analyse est plus proche du deuxième modèle : « l'appareil idéologique laisse voir l'enchevêtrement entre les conditions matérielles et leur volet symbolique, l'interrelation entre le contrôle financier ou politique et l'influence des idées dominantes » (p. 228). Elle reconnaît que ce concept « n'explique pas la réalité dans son entièreté » (p. 232), car plusieurs éléments sont difficiles à comprendre avec cette grille d'analyse, notamment la diversité des réactions aux messages et certaines tendances qui peuvent aller, selon les moments, du conservatisme à la résistance. L'auteure reconnaît alors que des analyses doivent être faites, au cas par cas, à l'échelle des médias et en s'intéressant aux situations particulières que peuvent connaître les journalistes. On ne peut qu'être d'accord sur le principe tout en se demandant si la multiplication d'analyses fines de problématiques pointues ne tend pas à faire un peu oublier l'ensemble des éléments structurants abordés dans l'ouvrage.

Éric George
Université du Québec à Montréal