

Le mouvement communautaire et les **M**édias de **masse**

Le mouvement communautaire parvient mal à occuper un espace significatif dans les médias de masse. Indifférence des médias? Complot de leurs propriétaires? Manque de savoir-faire des groupes communautaires? Regard sur les causes et les conséquences d'une relation tendue.

Jean-François Venne,
consultant en recherche et
en communications

En dépit de la percée médiatique de quelques groupes et de certains événements, comme la Marche mondiale des femmes en 2000 ou les débats sur la *Loi visant à lutter contre la pauvreté et l'exclusion*, la frustration reste grande envers les médias de masse dans les milieux communautaires. La liste des reproches est longue... Les médias travailleraient à maintenir le *statu quo*, représenteraient les intérêts du milieu des affaires, défendraient une idéologie néolibérale, bouderaient sciemment les activités et idées du monde communautaire, feraient de l'information spectacle... Bref, l'image des médias, considérés comme le quatrième pouvoir d'une démocratie scrutant d'un œil critique les phénomènes sociaux, politiques et économiques, en prend pour son rhume! Et la couverture, souvent décevante, du récent Forum social québécois¹ (FSQ) n'a rien fait pour rassurer celles et ceux qui regardent les médias de masse d'un œil suspicieux...



¹ Le Forum social québécois a réuni des centaines de personnes à Montréal du 23 au 26 août 2007. Cette rencontre se donnait comme objectif de penser, partager et mettre en œuvre des initiatives permettant de promouvoir un autre monde possible, construit autour des concepts de développement durable, solidaire, juste, égalitaire et harmonieux.

Pourtant — et les réseaux communautaires en sont bien conscients —, il est difficile de se passer des médias de masse lorsqu'on tente de convaincre... les masses! Il importe donc de comprendre ce qui entrave la médiatisation des messages des groupes communautaires. Anne-Marie Gingras, professeure de science politique à l'Université Laval, présente la situation en ces termes : «Quelle est cette mystérieuse "chimie sociale" qui projette au-devant de la scène publique certaines informations en les amplifiant, et en occulte d'autres, souvent plus importantes d'un point de vue sociologique ou politique?²»

Médias de masse et démocratie : liberté ou responsabilité ?

Le rôle des médias de masse dans une démocratie n'est pas aussi clair qu'on se l'imagine, bien que son importance soit généralement admise. En fait, on pourrait dire que les médias sont ballottés entre la liberté de la presse et la responsabilité sociale. Avec, il va sans dire, une nette tendance à favoriser la première! Le choix des événements et des débats mis de l'avant par les médias repose en grande partie sur leur position à l'égard de deux théories : la théorie libertarienne et la théorie de la responsabilité sociale.

La théorie libertarienne fait de la liberté de la presse une valeur cruciale de la démocratie. Les journalistes rendent compte librement de ce qu'ils observent. Cette liberté permet aux différents points de vue de coexister et de s'affronter dans la sphère publique.

Le rôle des médias de masse dans une démocratie n'est pas aussi clair qu'on se l'imagine.

La lectrice, le lecteur utilise cette information pour se forger une opinion personnelle et jouer pleinement son rôle de citoyen. Dans les faits toutefois, il a toujours été difficile d'assurer cette liberté, de l'affranchir des pressions politiques ou des exigences de l'économie marchande.

La théorie de la responsabilité sociale insiste plutôt sur l'obligation, pour les médias, d'être justes envers toutes les couches de la société et de protéger les groupes défavorisés, notamment en leur permettant de s'exprimer. La liberté est ici limitée par la responsabilité sociale. Cette théorie se fonde sur le rapport de la commission Hutchins³ publié aux États-Unis en 1947, lequel affirmait avec vigueur que la liberté de la presse ne pouvait demeurer un droit pour les éditeurs qu'à la condition qu'ils tiennent aussi compte du droit des citoyennes, des citoyens et de l'intérêt public. Certains⁴ vont jusqu'à affirmer qu'il y aurait un contrat social implicite entre les journaux et leurs lecteurs. Les journaux s'engageraient à jouer le rôle de «chien de garde» par rapport aux activités du gouvernement.

De l'idéal à la pratique...

Anne-Marie Gingras pose ainsi la question de l'efficacité des médias en Occident : «Les médias sont-ils vraiment des lieux de débat public? Permettent-ils à la société civile de prendre connaissance des enjeux de société et de s'exprimer? Peuvent-ils nous aider à participer à la vie politique?⁵» La difficulté vécue par les groupes communautaires désireux d'inscrire des débats sociaux à l'ordre du jour des grands médias répond en partie à cette interrogation, malheureusement par la négative. Les obstacles que les organisateurs du Forum social québécois ont rencontrés dans leur relation avec les médias, au mois d'août dernier, constituent un bon exemple en ce sens.

Il serait tentant d'affirmer que les torts ne se trouvent que du côté des médias. Mais ce n'est pas nécessairement le cas. Si les groupes communautaires sont en effet aux prises avec des

Il a toujours été difficile d'assurer la liberté de la presse, de l'affranchir des pressions politiques ou des exigences de l'économie marchande.

2 Anne-Marie GINGRAS. *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 1999, p. 43.

3 Il s'agit de la Commission sur la liberté de la presse de l'Université de Chicago, présidée par Robert Hutchins, alors chancelier de cette institution. Les travaux se sont déroulés de 1924 à 1947.

4 John MILLER. *Yesterday's News : Why Canadian Daily Newspapers are Failing Us*, Halifax, Fernwood, 1998, p. 249.

5 Anne-Marie GINGRAS. *Op. cit.*, p. 11.

difficultés liées à la nature même des médias de masse, comme la tendance de ces derniers à promouvoir le *statu quo*, la concentration des médias et les contraintes de la pratique quotidienne du journalisme, ils ont aussi une certaine aversion pour ces médias et parviennent difficilement à adapter leurs méthodes de travail à la réalité médiatique.

Le *statu quo*, ce n'est pas si mal... quand c'est le nôtre!

La tendance des médias de masse à ne pas trop remettre en cause le *statu quo* politique, économique et social est fréquemment associée à la concentration des médias ou à l'embourgeoisement des journalistes eux-mêmes. Si ces éléments ont un poids certain, sur lequel nous reviendrons, il faut savoir que cette méfiance envers les promoteurs d'un changement radical ne date pas d'hier. Dans son ouvrage sur l'éthique dans

les médias canadiens, Nick Russel souligne que cette attitude existe depuis fort longtemps⁶. Il rappelle que dans les années 50 et 60, la croisade de Tommy Douglas en faveur de l'assurance-maladie avait suscité une réaction carrément hostile de la presse canadienne. En 2004, Tommy Douglas était élu plus grand Canadien de l'histoire dans un concours mené à l'échelle du pays par la Canadian Broadcasting Corporation (CBC)!

Russel explique ce phénomène par le fait que la plupart des médias sont eux-mêmes des créations issues d'un environnement capitaliste. Pour fonctionner efficacement, ils ont besoin de stabilité. Leur premier réflexe est donc de protéger le *statu quo*. Ainsi, sous couvert d'objectivité, les médias auront tendance à affirmer que la société est relativement satisfaisante comme elle est. Cela ne signifie pas qu'ils ne jouent aucun rôle critique. Ils

souligneront, à l'occasion, des problèmes spécifiques (environnement, logement, etc.). Mais ils n'ont aucun intérêt à mettre de l'avant des groupes prêchant le renversement complet du système économique actuel.

Dans *Le métier de journaliste*, Pierre Sormany, lui-même journaliste de carrière, confirme cette tendance des médias de masse : «Une conférence de presse du Conseil du patronat ou de l'Association canadienne de l'industrie du médicament sera beaucoup mieux couverte qu'une conférence de presse du Regroupement pour la défense des personnes assistées sociales ou du Mouvement action-jeunesse. Et plus les groupes sans voix officielle reconnue tiennent un discours qui remet en cause les valeurs dominantes, plus ils deviennent suspects aux yeux de la presse, qui les tient alors pour insignifiants⁷.»



La tendance des médias de masse à ne pas trop remettre en cause le *statu quo* politique, économique et social est fréquemment associée à la concentration des médias ou à l'embourgeoisement des journalistes eux-mêmes.



⁶ Nick RUSSEL. *Morals and the Media. Ethics in Canadian Journalism*, Vancouver, UBC Press, 2006, 306 p.

⁷ Pierre SORMANY. *Le métier de journaliste*, Montréal, Boréal, 2000, p. 41.



Sormany met aussi en cause les journalistes eux-mêmes, rappelant qu'ils partagent de plus en plus les conditions de vie de la classe moyenne supérieure. Cela teinterait forcément leur choix de nouvelles à traiter et leur position dans certains débats sociaux.

Il n'est donc pas étonnant que le Forum social québécois, dont l'objectif avoué est d'inviter les gens à participer à l'élaboration de la société et à transformer cette dernière, n'ait pas eu une couverture adéquate de la part des médias de masse. Nathalie Guay, coordonnatrice des communications de cet événement, confirme que l'intérêt était manifeste du côté des médias communautaires et *alternatifs*, qu'il était relativement soutenu de la part d'un journal indépendant comme *Le Devoir* et de *Radio-Canada*, en particulier à la radio. À l'inverse, l'intérêt était moindre à *La Presse* et à peu près nul du côté du Réseau TVA. De plus, pour obtenir un peu d'attention médiatique, il fallait en général se tourner vers des gens ayant des contacts personnels avec des journalistes.

La diversité mise à mal

En 1970, plus de 50% du tirage des journaux au Québec était le fait de quotidiens indépendants. À peine 10 ans plus tard, la presse indépendante ne représentait plus que 10%! La situation ne s'est pas améliorée depuis, les

monopoles débordant même du côté des médias électroniques. Quebecor est propriétaire du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*, de quantités de magazines et d'hebdomadaires régionaux, de maisons d'édition, d'un portail Internet, de TVA et du Canal Nouvelles TVA (LCN), ainsi que de Vidéotron! Celui qui souhaiterait échapper à Quebecor aurait de bonnes chances de tomber sur un quotidien de Gesca, propriété de Power Corporation, qui possède en effet la plupart des principaux quotidiens du Québec⁸.

On parle de concentration des médias quand le nombre de propriétaires diminue et que ceux qui restent sont de plus en plus gros. La concentration des médias inquiète, car elle menace de provoquer l'uniformisation de l'information, sa commercialisation et la diminution de la diversité des points de vue. Au Canada, aucune loi n'encadre la propriété de la presse écrite, outre la loi sur la concurrence, laquelle régit toutes les activités commerciales. Autrement dit, l'information est une marchandise comme une autre et s'échange dans des conditions similaires à n'importe quel autre produit!

Et ce n'est pas nouveau. Déjà en 1970, le rapport Davey, issu d'une commission sénatoriale, recommandait au gouvernement du Canada d'intervenir dans l'industrie des quotidiens afin de

⁸ Gesca est propriétaire de *La Presse*, *Le Soleil*, *Le Nouvelliste*, *Le Quotidien*, *La Tribune*, *La Voix de l'Est* et *Le Droit*, principal quotidien de langue française en Ontario.

contrer la trop grande concentration de la propriété. Un peu plus d'une décennie plus tard, une autre commission d'enquête du gouvernement fédéral (c'est une manie!), la commission Kent, affirmait que la liberté de la presse n'est pas l'apanage des propriétaires de médias, mais bien un droit du peuple. La Commission déplorait fortement l'homogénéisation des contenus rédactionnels ainsi que la chute de la qualité et de la diversité de l'information dans les médias détenus par des grandes entreprises.

La concentration des médias inquiète, car elle menace de provoquer l'uniformisation de l'information.

Pourtant, la situation perdure et a un impact important sur les relations qu'entretiennent les actrices et les acteurs sociaux avec les médias. Au Québec, seulement trois groupes produisent de l'information radio-phonique en français à l'échelle nationale : NTR (la radio de la Presse canadienne), Corus Québec et la Société Radio-Canada (SRC). Du côté de la télévision, on retrouve la SRC et deux chaînes privées, soit TVA

(Quebecor) et Télévision Quatre Saisons (COGECO et Bell Globemedia). On a vu plus tôt que les quotidiens appartiennent à peu près tous à Gesca ou à Quebecor. Le risque de passer inaperçu, on le constate, est assez élevé, surtout si ces réseaux pourchassent les mêmes nouvelles en raison de la compétition féroce existant entre eux.

Les contraintes des journalistes

Les groupes communautaires souhaitant faire transiter leur message par les médias de masse sont donc aux prises avec un environnement plutôt hostile. Toutefois, il existe partout des bonnes et des bons journalistes animés du désir de couvrir des sujets ayant un impact social. Mais ils rencontrent des obstacles dans la pratique quotidienne de leur métier: Contraintes de temps d'abord. En règle générale, les journalistes reçoivent leur affectation le matin d'un événement. Ils doivent alors, dans la mesure du possible, se renseigner en quelques minutes sur le sujet qu'ils couvriront et qu'ils ne connaissent pas nécessairement. Ils recevront par la suite une masse de données, parmi lesquelles ils devront choisir les éléments les plus significatifs afin d'écrire rapidement leur texte avant l'heure de tombée. C'est encore pire dans les médias électroniques, où les bulletins de nouvelles se succèdent d'heure en heure.

Si cette façon de travailler permet à la rigueur de couvrir un simple fait comme la chute d'un viaduc ou un accident de la route, il est moins évident qu'elle soit adaptée à la couverture d'un événement comme le FSQ. Selon la responsable des communications, il était plutôt ardu d'expliquer rapidement ce qu'est un forum social à des journalistes pressés dont la plupart n'avaient qu'une très vague idée du sujet. Cela donnait fréquemment des reportages plus axés sur des aspects superficiels du FSQ (combien de personnes réunies, les personnalités présentes, etc.) que sur les débats de fond. D'autres journalistes reprenaient quasi intégralement dans leur texte le communiqué de presse émis par le FSQ. Parmi les rares exceptions, l'hebdomadaire *Voir*, qui lui a consacré un article, et quelques émissions de radio à la SRC, qui ont cerné certains angles spécifiques du FSQ et les ont creusés.

L'espace est aussi une contrainte importante qui provoque une concurrence entre les différents événements. Une conférence de presse du FSQ a été reléguée au second rang lorsque les médias se sont vu accaparés, le même jour, par le décès de la mairesse de Québec, un point de presse du maire de Montréal et une manifestation soulignant le

30^e anniversaire de la Charte de la langue française. La compétition s'accroît encore du fait que les grandes organisations (partis politiques, entreprises, syndicats, etc.) débordent de personnel qualifié dont le travail est justement d'occuper l'espace disponible dans les médias sur une base quotidienne!

Du côté des groupes communautaires

Faire sa place dans cette concurrence d'événements exige de fonctionner d'une manière allant un peu à l'encontre des habitudes de travail du mouvement communautaire. Côté de près les mouvements *alternatifs*, Anne-Marie Gingras remarque qu'en plus de manquer de moyens, ces groupes sont souvent handicapés par une mentalité s'adaptant mal à celle des médias de masse. Les groupes communautaires font un travail très humain, axé en grande partie sur l'entraide. Or, les relations avec les médias demandent parfois d'être plus agressif, plus spectaculaire. Le mouvement communautaire fonctionne selon une logique collective. Les médias recherchent plutôt la «vedette». Une nouvelle présentée par des porte-parole très connus risque d'être plus facilement reprise que si elle est exprimée par des anonymes. Les médias veulent un message simple et direct. Les groupes sont souvent méfiants devant cette volonté de simplifier leur message à l'extrême.

On a tout intérêt à percevoir les relations avec les médias comme un jeu et à en calculer les résultats sur le long terme. Les déceptions ne devraient pas donner lieu au cynisme ou au découragement. Certes, ce sont

Les médias veulent un message simple et direct. Les groupes sont souvent méfiants devant cette volonté de simplifier leur message à l'extrême.

des rapports qui peuvent devenir très frustrants. Quand on investit temps et énergie pour attirer l'attention de la population sur des causes nous tenant grandement à cœur, il n'est pas facile d'être supplanté par des événements paraissant de moindre importance. Mais il demeure primordial de ne pas abandonner la lutte et de chercher à bénéficier au maximum des médias de masse, lesquels demeurent un relais de premier plan vers l'ensemble de la population.

Remerciements :

J'aimerais remercier Nathalie Guay, coordonnatrice des communications au Forum social québécois tenu du 23 au 26 août 2007, et Anne-Marie Gingras, professeure de science politique à l'Université Laval et auteure du livre *Médias et démocratie : le grand malentendu*, d'avoir pris le temps de partager leur expérience et leur savoir.