

## Plaidoyer pour une information véritable

Jacques Keable, *L'information sous influence*, VLB éditeur, 1985

Jacques Guay

Number 19, June–July–August 1985

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/20320ac>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

Nuit blanche, le magazine du livre

### ISSN

0823-2490 (print)

1923-3191 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this review

Guay, J. (1985). Review of [Plaidoyer pour une information véritable / Jacques Keable, *L'information sous influence*, VLB éditeur, 1985]. *Nuit blanche*, (19), 14–14.



## PLAIDOYER POUR UNE INFORMATION VÉRITABLE

C'est devenu un cliché dans le milieu journalistique de dire que l'information est en crise et que les journalistes sont de plus en plus à la merci de relationnistes de mieux en mieux outillés pour les manipuler.

La Fédération professionnelle des journalistes du Québec, la FPJQ, après s'être demandé à son congrès de 82 si les journalistes étaient devenus des ronds-de-cuir a décidé, en décembre dernier, de créer un groupe de travail chargé «d'évaluer l'appréciation» de leur travail.

Il est de bon ton, par ailleurs, chez les théoriciens de la ou des communications, d'aller répétant que les journalistes n'ont plus le monopole de l'information — opinion que partage le président de la FPJQ — ou de remettre en question l'existence même de ce métier qui aurait fait son temps alors que publicitaires et relationnistes informent en ayant le souci premier de respecter les consommateurs.

Bref, les journalistes n'ont plus bonne presse... si tant est qu'ils l'aient déjà eue ou que ce devrait être leur préoccupation majeure.

Dans ce contexte, l'ouvrage de Jacques Keable, *L'information sous influence. Comment s'en sortir*, a le mérite de reposer de l'intérieur toutes ces questions et tout particulièrement celle de la concentration, bien oubliée depuis la levée de boucliers de la fin des années soixante.

### Oui, à toutes les questions

Keable n'est pas le premier venu. Journaliste depuis plus de 25 ans, il a

été, un temps, à *Tirer au clair*, un grand animateur de télévision, aussi connu alors que Pierre Nadeau. Il fut des équipes de *Québec-Presse* et du *Journal*.

S'il a le sens de la nouvelle, il n'a jamais eu celui du compromis, et ses réponses sont catégoriques: oui les journalistes sont devenus des ronds-de-cuir; oui la concentration a eu des effets déplorables; oui il faut créer des média différents.

Keable n'aura donc pas bonne presse et, déjà, il s'est attiré l'ire d'un journaliste, lui aussi de grande expérience, Pierre Vennat, qui lui a reproché, dans *La Presse*, «son style méprisant».

Le fait est que le tableau dépeint par Keable est sans complaisance. «Essentiellement possédée par un petit oligopole, écrit-il, la presse nous transmet un point de vue unique. C'est, en ce sens, l'information sous influence. C'est une manière de totalitarisme maquillé.»

Keable détruit le mythe de l'objectivité et démontre, d'autre part, que le journalisme d'enquête, ce «château en Espagne», ne saurait être autre chose que «du journalisme ordinaire pratiqué avec excellence, selon les règles du métier, dans des conditions favorables.»

### Mais comment?

Mais voilà: comment faire du journalisme d'excellence quand les grands médias consacrent une grande partie de leur budget rédactionnel au sport; ne sont parfois abonnés qu'à une seule agence de presse (comme le *Journal* de M.

Péladeau) et se sont bureaucratisés au point d'établir «l'in vraisemblable semaine de quatre jours, parfaitement incompatible avec les exigences primaires d'une «couverture» un peu cohérente et suivie de l'actualité»? Et que dire des conditions de travail dans les médias régionaux, dont Keable trace en quelques pages des portraits qui ne sont pas, hélas!, des caricatures mais la bouffonne et tragique réalité.

Quoi qu'on puisse penser de la thèse de Keable — le magnat Jacques Francoeur (Unimédia, *Le Soleil*, *Le Droit*, etc.) l'a invité sur les ondes de Télé-métropole à sortir de sa Gaspésie — on doit au moins admettre que seule la création d'autres types de média pourra briser la monotonie et la platitude engendrées par l'uniformité actuelle. Uniformité qui pourra bien nous faire vivre avec quelques années de retard le «1984» de Big Brother — que nous promettons, d'ailleurs, nos théoriciens de la ou des communications en ne distinguant plus dans leurs analyses l'information journalistique et celle produite par les publicitaires et les relationnistes.

La solution prônée par Keable, une taxe d'imprimerie permettant de compenser le manque à gagner que font subir aux petits tirages les agences de publicité, semble cependant bien utopique. Aucun gouvernement n'osera intervenir au nom, justement, de cette liberté de presse qui n'existe de plus en plus que pour un nombre de plus en plus restreint de gros propriétaires. ■

Jacques Keable, *L'information sous influence*, VLB éditeur, 1985.