

## Recherches sociographiques



Jacques KEABLE, *L'information sous influence*; Marc RABOY, *Libérer la communication*

Benoît Lévesque

Volume 26, Number 3, 1985

Situation de la recherche sur le « Canada français », 1962-1984 II

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/056182ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/056182ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de sociologie, Faculté des sciences sociales, Université Laval

ISSN

0034-1282 (print)

1705-6225 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Lévesque, B. (1985). Review of [Jacques KEABLE, *L'information sous influence*; Marc RABOY, *Libérer la communication*]. *Recherches sociographiques*, 26(3), 546–549. <https://doi.org/10.7202/056182ar>

locaux», « programmes conjoints », « amendements », « octrois », etc. Il ne sait manifestement pas comment citer un ouvrage en anglais : une fois sur deux il n'utilise pas la majuscule. Il nous apprend que les Soviétiques ont lancé leur spoutnik dans l'espace en 1954 (398) et, sous sa plume, notre constitution devient « les Actes de l'Amérique du Nord britannique de 1867 » (286). Etc., etc.

En somme, il est dommage qu'un ouvrage reposant sur une bonne hypothèse, sur une bonne méthode et sur un grand effort de recherche soit gâché par un tel manque de subtilité et d'attention.

Jean-Pierre GABOURY

*Département de science politique,  
Université d'Ottawa.*

Jacques KEABLE, *L'information sous influence. Comment s'en sortir*, Montréal, V.L.B., 1985, 234p.

Marc RABOY, *Libérer la communication. Médias et mouvements sociaux au Québec, 1960-1980*, Montréal, Nouvelle optique, 1983, 158p.

Ces deux ouvrages partagent un même point de vue critique inspiré par une expérience de journaliste de gauche et une même préoccupation de « libérer les communications » d'une influence qui les rend monocordes. Ils sont cependant différents, tant par le sujet que par la façon de le traiter. Dans un cas, l'analyse des *mass media* aboutit à la nécessité d'une solution de rechange, alors que, dans l'autre, les pratiques dites « alternatives » constituent le sujet principal. Enfin, si le premier de ces ouvrages relève, de l'aveu même de l'éditeur, du livre-pamphlet, le second constitue une version améliorée d'un mémoire de maîtrise.

L'intérêt de *L'information sous influence* de Jacques Keable réside moins dans son analyse de la concentration de la propriété, sur laquelle il ne nous apprend rien de nouveau, que dans celle des pratiques journalistiques et surtout des principes qui les inspirent. L'auteur n'approfondit pas les problèmes d'ordre épistémologique que soulèvent ces principes mais réussit tout de même à bien montrer comment ceux-ci peuvent, non seulement coexister avec la concentration de la propriété, mais la renforcer au détriment du droit du public à être informé. Pour ce faire, il est bien servi par son expérience de journaliste et de militant.

Les principes qui doivent guider la pratique journalistique sont « la liberté de presse, le droit du public à l'information, l'indépendance des médias et des journalistes et l'objectivité ». Ces principes fondent la « théorie de l'information-reflet ». Celle-ci postule « que les journalistes sont des miroirs qui reflètent les choses comme elles sont » (p. 22). L'objectivité du regard devrait leur permettre de sélectionner les reflets significatifs et de rejeter ceux qui ne le sont pas. Ce faisant, ils se voient accorder liberté d'expression et indépendance par le propriétaire. Le droit du public à l'information passe également par l'objectivité de ce regard. Tout cela suppose évidemment que les journalistes puissent faire « le vide absolu de leurs préjugés personnels, de leur idéologie, de leurs intérêts individuels ou de classe ». Selon l'auteur, cette « théorie est aberrante ». Si les journalistes ne la remettent pas en cause, c'est parce qu'elle leur est avantageuse : « elle les désresponsabilise personnellement et socialement, leur responsabilité n'est que celle du miroir » (p. 83).

La théorie de l'information-reflet conduit par ailleurs à la transformation de la fonction de journaliste et peut-être même à sa disparition. Ainsi, *Infomart*, le plus grand éditeur électronique d'information au Canada, a choisi son personnel, non dans les écoles de journalisme mais dans les départements d'informatique et dans les agences de publicité. Les services d'information et de relations publiques des gouvernements et des grandes entreprises inondent les salles de rédaction de leurs messages et sont capables de faire sortir les journalistes en organisant des *super-show* ou en créant de pseudo-événements. Dans la plupart des cercles de presse, il s'opère « une osmose quasi

complète » entre journalistes et relationnistes-publicitaires. L'information des médias reflète donc de plus en plus la seule partie organisée de la société et selon le mode de la publicité. Dès lors, les messages des groupes populaires et l'information régionale se retrouvent plus souvent qu'autrement dans le « 90% des nouvelles reçues mais non publiées ». La simple organisation d'une conférence de presse est généralement hors de portée de la plupart des organisations populaires. De plus, « le poids des messages officiels est tel qu'il établit la norme du vrai » (p. 38). En diffusant surtout une information pré-fabriquée selon des normes standardisées, certaines régions et certains groupes cessent d'exister socialement. « Dolbeau et Dakar, c'est pareil : ce sont des lieux, des territoires, des populations sans pouvoirs. » (P. 61.)

Enfin, selon Jacques Keable, la théorie de l'information-reflet sert d'abord et avant tout les propriétaires d'entreprises d'information. Elle est « le pilier central de la légitimité de la concentration ». Sans elle, « la concentration devrait reconnaître qu'elle conduit directement au totalitarisme » (p. 24). En effet, « derrière l'objectivité et l'indépendance professionnelle de ses journalistes, le propriétaire n'a plus qu'à se laver les mains [...] » (p. 84). Dans les faits, l'information est bel et bien un reflet, un reflet des intérêts des propriétaires. Ceux-ci sont peu nombreux : ils peuvent « se véhiculer dans une même limousine », si l'on s'en tient aux grands médias. La plupart sont impliqués dans des conglomérats et se retrouvent sur « les Conseils d'administration des grandes banques, des compagnies de fiducie et de compagnies ». Entre eux, il existe une concurrence commerciale mais aussi une très grande solidarité quant aux principes devant guider la production de l'information. Pour les propriétaires, l'orientation « idéologique » d'un média constitue leur « terrain de jeu exclusif ». Les cas de *La Presse*, de CHAU-TV (Carleton), du *Journal de Montréal* et de Québecor, de Radio-Canada (« concentration d'État ») montrent bien que le pouvoir des « propriétaires » est énorme. Ce pouvoir se manifeste à travers la répartition du personnel et du budget du service rédactionnel selon les secteurs, le choix des cadres, etc. De plus, la théorie de l'information-reflet permet aux cadres de prendre librement et sans tordage de bras « des décisions précises qui vont se trouver à coïncider, pour l'essentiel, avec les visées et attentes du propriétaire de même qu'avec son orientation idéologique » (p. 89). Au plan de l'usage, la liberté d'expression des journalistes et le droit du public à être informé sont donc subordonnés à la liberté et au droit du propriétaire.

La nécessité d'un média alternatif découle en quelque sorte naturellement de cette analyse de la concentration et de la théorie de l'information-reflet. Il s'agirait d'un média d'information, d'un journal, qui réduirait la « zone de mensonge » et qui donnerait un autre son de cloche. Ce média est insuffisant mais, parce qu'attentif à d'autres intérêts que ceux des propriétaires, il pourrait « forcer la concentration à mettre ses vraies cartes sur la table et donc à dévoiler son identité et ses intérêts » (p. 223). Pour qu'un tel projet se réalise, il faudrait d'abord constituer un fonds à cet effet. La publicité ne permettrait pas à un projet alternatif de survivre ou encore de rester indépendant. En revanche, un fonds pourrait être constitué à partir des subventions que l'État a accordées aux entreprises de presse pour se moderniser et à partir des exemptions de taxes dont jouissent ces entreprises. Enfin, pour qu'un tel projet naisse, il faut bâtir un front commun, une sorte de coalition large pour une information qui respecte la diversité de notre société.

L'ouvrage de Marc Raboy, qui porte sur les pratiques alternatives dans la société québécoise pour la période 1960-1980, permet entre autres d'évaluer des projets comme celui proposé par Jacques Keable. Il s'agit d'une analyse très intéressante et passablement complète, mais dans la mesure où elle intègre admirablement bien tous les éléments d'analyse critique produits jusqu'ici sur les médias alternatifs d'information. De plus, cette étude est très bien documentée et se termine par une chronologie qui constitue un instrument précieux.

Pour une des premières fois dans l'analyse des médias alternatifs, l'auteur propose une construction de l'objet qui permet de circonscrire clairement ce dont il sera question. Ainsi, il propose le concept de « pratiques alternatives » qui inclut, non seulement les médias alternatifs ou

autonomes, mais aussi des pratiques et des expériences touchant les médias traditionnels. L'émergence de ces pratiques et médias alternatifs est liée à la montée des mouvements sociaux d'opposition. Celle-ci s'est accompagnée « d'une attitude critique » face à des médias dont la concentration pesait de plus en plus lourdement dans la production de l'information.

Les pratiques alternatives dans le domaine de l'information ne constituent pas « une série de phénomènes sans lien ». Historiquement, il s'agit surtout d'« expériences reliées à la lutte contre l'oppression nationale des Québécois, au mouvement syndical et au courant communautaire que l'on désigne au Québec par l'expression mouvement populaire » (p. 11). Concrètement, ces pratiques désignent trois séries d'expériences : des *médias alternatifs* ou autonomes, des *luttes pour une information de meilleure qualité* dans les médias traditionnels (ces luttes furent menées surtout par les travailleurs syndiqués de ces médias) et l'*action directe* par laquelle des militants utilisent ou s'emparent des médias pour leurs objectifs, à l'occasion d'une crise.

L'histoire des pratiques alternatives peut être divisée en trois périodes : une première, qui va des années 1963 à 1968 ; une seconde, des années 1969 à 1972 et une dernière, des années 1973 à 1980. Dans les premières années de la Révolution tranquille, les médias véhiculent le changement et la modernité. C'est « l'âge d'or » du journalisme. À partir de 1964, comme le révèle le conflit à *La Presse*, le consensus social qui prévalait s'effrite. Alors que le mouvement de la concentration s'accélère, les journalistes sont contraints de lutter pour conserver une liberté d'information reconnue en principe. Vers la même époque, les secteurs nationalistes, syndicaux et populaires découvrent que les *mass media* contribuent à maintenir le *statu quo* et que les idées contestataires ne peuvent être diffusées que par des organes de contre-information. C'est dans ce contexte qu'apparaît une première série de médias autonomes. Il s'agit de petites revues, parmi lesquelles *Parti pris* (1963–1968) demeure la plus célèbre. Selon Marc Raboy, ces revues ont constitué moins des outils de contre-information que « des lieux d'élaboration de [cette] nouvelle culture d'opposition en train de prendre forme dans les années en question » (p. 45).

La période qui va de 1969 à 1972 est la plus riche en termes de pratiques alternatives et de médias autonomes. Les expériences sont alors très diversifiées et se situent davantage comme solution de rechange à l'information offerte par les médias de masse. L'auteur s'arrête surtout aux médias autonomes : *Québec-Presse* (1968–1974) et l'Agence de presse libre du Québec (A.P.L.Q.), mais ne néglige pas pour autant, ni le conflit à *La Presse* en 1971 et la publication du *Quotidien populaire* par la partie syndicale, ni l'action directe des militants lors de la Crise d'octobre et lors du Front commun intersyndical de 1972.

*Québec-Presse* continue de faire rêver ! Il s'agissait d'un hebdomadaire national porté par une coalition de gauche formée des trois centrales syndicales, de groupes populaires et des caisses populaires. Pour la première fois, des partisans de mouvements sociaux pouvaient « s'informer régulièrement et avec confiance, sur les développements de dernière heure, ainsi que se documenter à partir de dossiers poussés » (p. 54). Cette expérience posa le difficile problème d'attaquer le marché de masse tout en présentant un contenu différent du produit commercial. Les obstacles sont d'abord venus de l'extérieur, de sorte que, devant le refus des gouvernements d'accorder à ce journal sa part de publicité, certains ont parlé de censure économique. Ils sont venus aussi de l'intérieur comme en témoigne l'effritement de la coalition. Du point de vue de l'alternative, *Québec-Presse* révèle des faiblesses assez évidentes au niveau du contenu. L'inversion des signes est insuffisante : elle ne met pas fin au sensationnalisme et aux autres traits caractérisant l'information marchandisée.

L'A.P.L.Q., fondée en 1971, est issue du mouvement étudiant et du mouvement populaire. Plus réduite que *Québec-Presse*, elle n'en apparaît pas moins originale. Organisée sous forme autogérée, elle voulait que l'information se fasse dans les deux sens, de sorte que tout lecteur puisse devenir aussi collaborateur. Le *Bulletin* hebdomadaire qu'elle publie s'adresse plutôt aux groupes qu'aux individus. Il visait à créer une solidarité entre les diverses composantes du mouvement

populaire. En 1973, il se transforme en magazine de nouvelles et devient le *Bulletin populaire*. Il sera par la suite réceptif à l'idéologie maoïste, ce qui entraînera sa dissolution en 1976. Entre-temps, l'A.P.L.Q. sera l'objet de la répression policière.

La période 1973-1980 est celle « d'interventions sociales et politiques qui se caractérisent par leurs divergences [et qui] se définissent souvent même en opposition les unes avec les autres » (pp. 87-88). L'auteur s'arrête surtout sur deux expériences divergentes : celle des journaux marxiste-léniniste (M.L.), « outils de propagande sans lien effectif avec une pratique sociale correspondante », et celle du Rassemblement des citoyens de Montréal (R.C.M.), qui peut être ici caractérisée par une « absence quasi totale de stratégie consciente de communication taillée à sa mesure ».

La stratégie de communication des organisations M.L. est celle de groupes politiques centralisateurs. Elle conduit à la liquidation de médias autonomes comme ceux de *Mobilisation* et du *Bulletin populaire*. Cette stratégie, qui surestime l'efficacité de la propagande, était vouée à l'échec puisqu'elle « va à l'encontre de l'esprit de tout ce qui avait inspiré le mouvement d'agitation au Québec depuis 1960 » (p. 99). En réduisant l'information à la simple propagande et en ne considérant le lecteur que comme récepteur passif, la presse M.L. reproduisit plusieurs des aspects de la presse bourgeoise qu'elle dénonçait.

Le R.C.M., fondé en 1974, se caractérise du point de vue des communications par une absence de stratégie consciente. Les modérés, dans la mesure où ils se font élire, contrôlent l'image publique du parti alors que les radicaux, de par leur militantisme, contrôlent l'appareil du parti. Le R.C.M., qui ne s'est donné aucun moyen autonome d'information, dépend donc totalement des *mass media* pour entretenir des relations avec la population. L'analyse de ce cas, comme celui du FRAP, révèle que les médias alternatifs sont indispensables pour des organisations ou des groupes qui remettent en cause le *statu quo*. En effet, les *mass media* ne véhiculent pas « les idées contestataires, à moins que ce ne soit grâce à des pressions intenses venues de la part des organismes extérieurs aux médias ou des travailleurs de ces institutions elles-mêmes » (p. 32). Il en est ainsi pour la bonne raison que les propriétaires d'entreprises et les propriétaires des médias « ne font qu'un au Québec ».

À notre avis, l'analyse de Marc Raboy montre assez clairement que le projet d'un nouveau *Québec-Presse* est pour le moment irréaliste. Un projet semblable ne peut surgir que sous la poussée d'un mouvement social relativement unifié. Dans une conjoncture où le mouvement se caractérise plutôt par sa fragmentation, les projets ne peuvent être que modestes et diversifiés. Ceux-ci peuvent cependant poursuivre l'expérimentation au niveau du contenu et pourraient également contribuer à l'élaboration d'une nouvelle culture politique, comme ce fut le cas au milieu des années 1960.

Enfin, au niveau des pratiques alternatives (qu'il s'agisse de l'action directe ou de la lutte des travailleurs syndiqués des entreprises), l'espace d'expérimentation semble encore plus restreint. Sur ce point, Jacques Keable est plus critique que Marc Raboy. Il relève que les journalistes et leurs syndicats ont abdiqué à la suite de longues luttes pour une information de meilleure qualité. En 1977, ils ont reconnu le droit de grève des patrons et la théorie de l'information-reflet en échange d'une semaine de quatre jours et d'une meilleure rémunération. « En signant pareille entente, écrit Jacques Keable, propriétaires et journalistes révélaient une donnée fondamentale : l'information est trop sérieuse pour être laissée entre leurs seules mains. » En somme, les efforts pour mettre sur pied des médias alternatifs ne sauraient nous dispenser de lutter pour que les *mass media* satisfassent au droit du public à être informé. Une stratégie d'information pour les forces progressistes se doit d'inclure, non seulement les médias alternatifs, mais aussi les médias traditionnels.

Benoît LÉVESQUE

Département de sociologie,  
Université du Québec à Montréal.