

Terrorisme : une « autre » nouvelle ?

Notes pour un exposé présenté à l'occasion du colloque « Médias et terrorisme », organisé par la Chaire UNESCO d'étude des fondements philosophiques de la justice et de la société démocratique (UQAM), l'Institut d'études internationales de Montréal (UQAM) et la Commission canadienne pour l'UNESCO

Montréal, le 6 octobre 2017

Yves Théorêt, Ph.D.

Professeur, École des médias
Université du Québec à Montréal (UQAM)

Secrétaire-général
Réseau international des chaires UNESCO en communication (ORBICOM)

Résumé

La multiplication des médias et des différents canaux de diffusion, rendue possible par les avancées technologiques, a accru la visibilité de certains contenus, dont ceux issus du terrorisme. Cette visibilité accrue contribue assurément à la création d'un « contexte » où la subjectivité des récepteurs est interpellée. Ce faisant, il importe de rappeler l'ensemble des règles qui dictent la conduite des médias pour mieux les comprendre.

Abstract

The explosion of media and of different channels of diffusion, made possible by technological advances, has increased the visibility of certain contents, including those resulting from terrorism. This increased visibility contributes to the creation of a "context" where the subjectivity of the receivers is challenged. In doing so, it is important to recall the set of rules that dictate the conduct of the media to better understand them.

Introduction

Nous avons eu un été pluvieux.

Le virus du Nil occidental, la maladie de Lyme et le très grand nombre de moustiques au Québec et, surtout, les maladies qui en découlent, ont fait le *buzz* médiatique pendant une bonne partie de l'été.

Vous ne le savez probablement pas à moins, comme moi, de vous adonner à la pêche ou à des activités de plein air, donc d'être un « récepteur actif » de ce type d'information.

J'ai appris à la radio, le 98.5, sur les ondes de Radio-Canada, dans *La Presse* et même dans *Le Devoir* que la tique infectée qui transmet la maladie de Lyme se tient dans les boisés et les herbes hautes.

J'ai également appris qu'il faut porter des vêtements longs et se munir de chasse-moustiques. Le *Canadian Tire* s'est rapidement retrouvé à court de chapeau grillagé, de même que le *Dollarama*. J'ai appris, qu'après une activité, il faut examiner sa peau et ses vêtements.

Et je suis tout de même allé à la pêche !

Le « pouvoir » des médias

Les médias, écrits et électroniques, ne présentent qu'une partie de la réalité, et cela pour différentes raisons : techniques (l'angle de la caméra, le nombre de lignes à utiliser, le temps alloué, etc.), administratives (le manque de budget, les

équipements disponibles, etc.) et organisationnelles (le patron, le style de médias, etc.), etc.

En ce sens, les médias exercent un « certain pouvoir » et une « certaine influence » comme le soulignent notamment les théories dites du *Gate Keeper*¹ et de l'*Agenda Setting*².

On estime également que les médias ont une « certaine » fonction de socialisation, au même titre que la famille et l'école. Ceci dit, à défaut d'études longitudinales, le pouvoir réel des médias reste à déterminer.

Chose certaine, les médias sont des relais importants pour rejoindre différents publics et diffuser des contenus (ou message), tout comme ils peuvent refléter et stimuler l'intérêt (et les préjugés) de la population.

En Occident, les médias (certains) évoluent entre deux missions principales : rendre compte (en présentant des faits) et éclairer (pour nous permettre de débattre). Et cela, le plus objectivement « possible », ce qui n'interdit pas le commentaire et la prise de position.

En démocratie, le rôle des médias est rarement contesté. Tellement peu contesté que nous pouvons même accueillir l'idée de financer les quotidiens alors qu'ils sont souvent la propriété de très grandes entreprises privées, comme à Montréal au Québec au Canada, où *La Presse* et *Le Journal de Montréal* sont respectivement la propriété de Power Corporation et de Quebecor³.

La multiplication des médias et des différents canaux de diffusion, rendue notamment possible par la compression et la numérisation des signaux, a accru la visibilité de certains contenus, dont ceux issus du terrorisme.

Les médias et les canaux de diffusion ont également accru la visibilité d'autres contenus, la pornographie et la religion notamment. Et d'autres encore, parfois très médiocres.

Les médias servent donc aussi le divertissement.

Tout comme on peut trouver un maillage entre information et divertissement.

Aujourd'hui, on peut douter de l' à propos de certains médias et de certaines nouvelles.

La multiplication des médias et des différents canaux de diffusion contribue assurément à un contexte où la subjectivité de chacun est interpellée.

Heureusement, chaque être humain a une subjectivité. La maladie de Lyme m'interpelle, à titre de pêcheur, mais elle n'interpelle pas tout le monde et de la même manière. Il en va ainsi d'autres contenus.

Les médias et le terrorisme

De nombreux observateurs abordent la question des médias et du terrorisme⁴. On entend et lit :

- Qu'il est d' « intérêt public » d'exposer, de dire et d'écrire sur le sujet ;
- Que les médias entretiennent le terrorisme en lui offrant une tribune, et un traitement en boucle ;
- Que les médias, en concurrence les uns aux autres, favorisent la surenchère.

D'autres, encore, estiment :

- Que les terroristes se servent des médias afin de mobiliser les militants ;
- Que les médias favorisent la contagion en banalisant l'action terroriste ;
- Que les médias susciteraient, chez certaines personnes, des tentations.

La grande majorité des observateurs prête aux médias de larges pouvoirs mais ne peuvent démontrer leur impact réel.

Le printemps arabe n'aurait probablement pas existé sans les excès des régimes en place. L'utilisation des médias sociaux a facilité la mobilisation des militants et leur coordination mais cela n'explique pas tout, loin de là⁵.

La visibilité accrue de certains contenus, dont ceux issus du terrorisme, ne fait pas des récepteurs des êtres passifs, susceptibles d'adhérer à ces types de contenus. Le récepteur n'est pas démuni.

La visibilité accrue n'est pas non plus garante de la réaction du récepteur, lequel peut s'offusquer du message qu'on lui présente, comme l'a bien souligné Stuart Hall⁶.

Mais, au-delà de ces questionnements, il importe de rappeler l'ABC du travail des journalistes et les règles qui dictent la gouvernance des médias pour bien en comprendre les tenants et aboutissants.

Le journaliste

Le journaliste a une formation classique et/ou pratique. La formation professionnelle et la réflexion théorique devraient aller de pair mais il n'en va pas

toujours ainsi, surtout dans le monde ultra - médiatisé qui est le nôtre. Le besoin de main d'œuvre dicte souvent et en grande partie la formation et l'embauche des travailleurs de l'information, et les styles des René Lévesque, Pierre Nadeau, Lise Bissonnette, Miche Roy, Claude Ryan et Jeffrey Simpson ont peut-être été abandonnés au profit d'autres.

Le *scoop* gouverne le travail des journalistes (du moins certains) puisqu'ils sont en concurrence les uns aux autres. Dans la revue *The Economist*, aucun article n'est signé, ce qui contribue peut-être à limiter la concurrence par la recherche du *scoop*.

Le journaliste, à l'égard du sujet qu'il aborde, devrait probablement présenter les deux côtés de la médaille. Or, le journaliste se présente très souvent avec un angle déterminé et une hypothèse.

Le journaliste n'est pas seul dans le traitement de l'information et il doit apprendre à faire avec les contraintes de son organisation et parfois même avec la chaîne de commandement. Et le journaliste ne fait souvent pas de suivi Ce qui est malheureux dans bien des cas. Il traite ainsi du problème au temps présent.

Le journaliste n'est pas là pour la visibilité de quiconque et encore pour moins pour la notoriété de l'interviewé. Il compte souvent sur la surprise (un appel à l'improviste), sur l'interprétation ou l'improvisation de l'interviewé (déclaration prématurée), et même, sur la naïveté et les problèmes de langage (incapacité à nuancer, etc.) de l'interviewé.

Enfin, le journaliste est confronté à différents défis, comme le manque de ressources, etc., qui peuvent nuire à la qualité de son travail.

Les médias

Une analyse sérieuse nous oblige à distinguer les médias. Il existe des médias et des médias de masse. Les médias peuvent être privés, publics et alternatifs.

Chaque média fonctionne à l'intérieur d'une réalité particulière mais tous ont en commun d'évoluer, du moins au Canada, dans un marché, même Radio-Canada, et selon les intérêts et les goûts d'un public cible. Chaque média a également un plan d'affaires particulier et spécifique.

Depuis les années 1980, on associe souvent l'information à de la marchandise, consommée comme telle.

Depuis les années 1980, on note aussi une privatisation et une concentration accrue de la propriété des médias.

Il importe ici de noter une distinction entre les démocraties occidentales aux prises avec la concentration de la propriété, ce qui pourrait limiter la pluralité des idées, et le contrôle direct des médias par l'État, dans certains pays où les droits des journalistes et la liberté d'expression sont bafoués.

En occident, on ne peut donc être surpris que les médias, et les plus importants, soient la propriété d'entreprises privées, lesquelles ont également des objectifs économiques.

Certes, il est préférable d'avoir des médias, même détenus par des entreprises privées, que de ne pas en avoir du tout. Mais il faut considérer que ces médias sont assujettis aux règles du marché.

Les médias et la concurrence

Les médias ont une autre chose en commun : capter l'attention de leur clientèle en raison de la concurrence.

Certains médias sont plus audacieux que d'autres, et certains jouent sur l'élasticité, à leur propre fin, de la notion d'intérêt public. Quoi dire, quoi dévoiler, quelle image, relèvent en quelque sorte de l'interprétation de la notion d'intérêt public par le média.

Faire de la nouvelle, signifie souvent :

- Simplifier
- Dramatiser
- .. Déformer
- Agir ici et maintenant

Les médias ont donc leurs propres lois. Il faut penser les médias en fonction de leurs lois et non en fonction des nôtres ou encore de notre réalité ou de nos idéaux.

Les médias sociaux

Aujourd'hui, il existe une certaine confusion, entraînée par la place grandissante des médias sociaux. L'instantanéité et l'accès accrus favorisent l'émission d'opinions, parfois douteuses, comme l'utilité ou non des vaccins.

Ainsi, les médias sociaux, sont intéressants, mais font souvent dans l'opinion. Faire dans l'opinion est si attrayant que bien des médias dits « sérieux » ont adopté la recette.

Nouvelle et terrorisme

Pour les médias, le terrorisme constitue une nouvelle au même titre qu'une autre.

Le terme terrorisme peut être utilisé de différentes manières et se prêter à bien des situations.

Or, certains actes dits « terroristes » peuvent être qualifiés autrement (assassinat, attentat, crime haineux, etc.), mais le terme « terrorisme », au XXI^e siècle, fait le « buzz » médiatique. Il compte sur la charge émotive pour attirer l'attention.

Le traitement de la nouvelle est l'affaire du journaliste, de son style, et les médias, bien qu'informatifs, sont tout autant animés par une logique de profit et de marché. Pour eux, il faut certes informer, mais il faut aussi vendre des copies, augmenter les cotes d'écoute, etc.

Les médias ont souvent deux approches pour traiter de la nouvelle :

1) Approche « immédiate » :

- Il faut traiter de la dernière nouvelle, de la dernière déclaration, du dernier événement ;
- Il faut surchauffer le réel ;
- Et, parfois, mettre en boîte, insinuer et provoquer (On me dit que *Some people say....*).

2) Approche « analyse » :

- Mettre ensemble les pièces du *puzzle* et dévoiler les fils cachés ;

- Derrière ou précéder l'actualité.

Les incidences

Il est très difficile d'appréhender les incidences sur les récepteurs de l'exposition aux médias. Si les médias rappellent au récepteur à quoi penser, ils ne lui disent pas comment y penser, et leurs réactions sont souvent imprévisibles⁷.

Mais, peu importe, la question des incidences revient sans cesse. Dans ce contexte, et pour faire preuve de prudence, quoi faire exactement : préférer la censure (dans un sens étroit ou large) ou la liberté d'expression ?

Qui, aussi, doit décider du ton à emprunter :

- Médias (incluant les journalistes)
- État
- Entreprise

Dans les sociétés démocratiques, on espère généralement que le récepteur fera le bon choix.

Conclusion

Devant tous ces contenus, le récepteur doit apprendre à identifier les idées douteuses, les opinions, les *Fake News* (fausses nouvelles), etc.

Dans ce contexte, il faut identifier des barrières :

- Le recours à des médias de renom qui ont une longue feuille de route ;
- Une auto discipline des médias⁸ ;
- Un récepteur actif, qui a des intérêts et des opinions préalables ;
- Des contres pouvoirs efficaces (Les médias ont dénoncé la politique anti-migratoire du président Trump, mais c'est le pouvoir judiciaire qui l'a débouté) ;
- Opter pour un financement public, dans certaines conditions, et libre de l'emprise de l'État (allant même jusqu'à l'investissement étranger) ;
- Encourager les abonnements, surtout si le client est disposé à payer pour des contenus de qualité (*The Economist*, *Le Devoir*, etc.).

Et, surtout :

- Revoir les liens entre médias et démocratie pour en construire d'autres, plus solides, comme l'instruction, par exemple, qui permet le développement d'un esprit critique.

Merci de votre attention.

¹ David Manning White. « The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News », *Journalism Quarterly*, 1er septembre 1950.

<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769905002700403>

² Maxwell E. McCombs et Donald L. Shaw. « The Agenda-Setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no 2, 1972, <https://doi.org/10.1086/267990>

³ Voir Yves Boisvert, « Un Canada « créatif et colonisé », dans *La Presse*, 29 septembre 2017. http://plus.lapresse.ca/screens/297a65b1-fb2e-4937-9986-938a49087093%7C_0.html

⁴ Le terme « terreur » peut-être entendu comme étant un acte qui effraie. Le « terrorisme », par ailleurs, serait un ensemble d'actes pour effrayer une communauté ou un pays. Les termes terreur, terrorisme et terroriste peuvent aussi évoluer en fonction des époques. Yasser Arafat a tantôt été un terroriste puis un interlocuteur crédible. Le concept de terreur

a aussi été associé à une époque, celle de la Révolution française, et avait, dans ce contexte, des objectifs bien précis. Les définitions sont donc nombreuses et les exemples également.

⁵ A ce sujet, voir Jean-Paul Lafrance. « L'usage des réseaux socionumériques dans les crises sociales », dans Yves Théorêt (dir. publ.), *Médias sociaux : Leviers et espaces de transformation*, Paris, Les Éditions de l'immatériel, 2015, p. 394-414.

⁶ Stuart Hall, « Codage / Encodage », *Réseaux*, 1994, vol. 12, no 68, p. 27-39.

⁷ Voir Stuart Hall, Op. cit.

⁸ A ce sujet voir Patrick Lagacé, « Cessons de les glorifier involontairement, encore », *La Presse*, 4 octobre 2017.

http://plus.lapresse.ca/screens/1b40d9a6-47fa-4afb-a446-ac7e1355cd77%7C_0.html