

Le cinquième pouvoir

Ignacio Ramonet

Contre les abus des pouvoirs, la presse et les médias ont été, pendant de longues décennies, dans le cadre démocratique, un recours des citoyens. En effet, les trois pouvoirs traditionnels - législatif, exécutif et judiciaire - peuvent faillir, se méprendre et commettre des erreurs. Beaucoup plus fréquemment, bien sûr, dans les Etats autoritaires et dictatoriaux, où le pouvoir politique demeure le responsable central de toutes les violations des droits humains et de toutes les censures contre les libertés.

Mais, dans les pays démocratiques aussi, de graves abus peuvent être commis, bien que les lois soient votées démocratiquement, que les gouvernements résultent du suffrage universel, et que la justice - en théorie - soit indépendante de l'exécutif. Par exemple, il arrive que celle-ci condamne un innocent (comment oublier l'affaire Dreyfus en France ?) ; que le Parlement vote des lois discriminatoires à l'égard de certaines catégories de la population (ce fut le cas aux Etats-Unis, durant plus d'un siècle, à l'encontre des Afro-Américains, et cela l'est aujourd'hui contre les ressortissants des pays musulmans en vertu du « Patriot Act ») ; que les gouvernements conduisent des politiques dont les conséquences se révéleront funestes pour tout un secteur de la société (c'est le cas à l'heure actuelle, dans de nombreux pays européens, à l'encontre des immigrés « sans papiers »).

Dans un tel contexte démocratique, les journalistes et les médias ont souvent considéré comme un devoir majeur de dénoncer ces violations des droits. Ils l'ont parfois payé très cher : attentats, « disparitions », assassinats, comme on le constate encore en Colombie, au Guatemala, en Turquie, au Pakistan, aux Philippines et ailleurs. C'est pour cette raison que l'on a longtemps parlé du « quatrième pouvoir ». Ce « quatrième pouvoir » était en définitive, grâce au sens civique des médias et au courage de journalistes audacieux, celui dont disposaient les citoyens pour critiquer, repousser, contrecarrer, démocratiquement, des décisions illégales pouvant être iniques, injustes, et même criminelles, contre des personnes innocentes. C'était, on l'a souvent dit, la voix des sans-voix.

Depuis une quinzaine d'années, à mesure que s'accélérait la mondialisation libérale, ce « quatrième pouvoir » a été vidé de son sens, il a perdu peu à peu sa fonction essentielle de contre-pouvoir. Cette choquante évidence s'impose en étudiant de près le fonctionnement de la globalisation, en observant comment un nouveau type de capitalisme a pris son essor, non plus simplement industriel mais surtout financier, bref un capitalisme de la spéculation. En cette phase de la mondialisation, nous assistons à un brutal affrontement entre le marché et l'Etat, le secteur privé et les services publics, l'individu et la société, l'intime et le collectif, l'égoïsme et la solidarité.

Le pouvoir véritable est désormais détenu par un faisceau de groupes économiques planétaires et d'entreprises globales dont le poids dans les affaires du monde apparaît parfois plus important que celui des gouvernements et des Etats. Ce sont eux les « nouveaux maîtres du monde » qui se rassemblent chaque année à Davos, dans le cadre du Forum économique mondial, et qui inspirent les politiques de la grande Trinité globalisatrice : Fonds monétaire international, Banque mondiale et Organisation mondiale du commerce.

C'est dans ce cadre géoéconomique que s'est produite une métamorphose décisive dans le champ de médias de masse, au cœur même de leur texture industrielle.

Les moyens de communication de masse (stations de radio, presse écrite, chaînes de télévision, Internet) se regroupent de plus en plus au sein d'architectures foisonnantes pour constituer des groupes médiatiques à vocation mondiale. Des entreprises géantes comme News Corps, Viacom, AOL Time Warner, General Electric, Microsoft, Bertelsmann, United Global Com, Disney, Telefónica, RTL Group, France Télécom, etc., ont désormais de nouvelles possibilités d'expansion en raison des bouleversements technologiques. La « révolution numérique » a brisé les frontières qui séparaient auparavant les trois formes traditionnelles de la communication : son, écrit, image. Elle a permis l'apparition et l'essor d'Internet, qui représente un quatrième mode de communiquer, une nouvelle façon de s'exprimer, de s'informer, de se distraire.

Depuis, les entreprises médiatiques sont tentées de se constituer en « groupes » pour rassembler en leur sein tous les médias classiques (presse, radio, télévision), mais également toutes les activités de ce que nous pourrions appeler les secteurs de la culture de masse, de la communication et de l'information. Ces trois sphères étaient naguère autonomes : d'un côté, la culture de masse, avec sa logique commerciale, ses créations populaires, ses objectifs essentiellement mercantiles ; de l'autre, la communication, au sens publicitaire, le marketing, la propagande, la rhétorique de la persuasion ; et enfin, l'information, avec ses agences de nouvelles, les bulletins radiodiffusés ou télévisés, la presse, les chaînes d'information en continu, bref, l'univers de tous les journalismes.

Ces trois sphères, avant si différentes, se sont peu à peu imbriquées pour constituer une seule et unique sphère cyclopéenne au sein de laquelle il devient de plus en plus difficile de distinguer les activités relevant de la culture de masse, de la communication ou de l'information.¹ De surcroît, ces entreprises médiatiques géantes, ces producteurs à la chaîne de symboles multiplient la diffusion de messages de tout type, où s'entremêlent télévision, dessins animés, cinéma, jeux vidéo, CD musicaux, DVD, édition, villages à thème genre Disneyland, sport spectacle, etc.

En d'autres termes, les groupes médiatiques possèdent désormais deux caractéristiques nouvelles : premièrement, ils s'occupent de tout ce qui relève de l'écrit, de tout ce qui relève de l'image, de tout ce qui relève du son, et diffusent cela au moyen des canaux les plus divers (presse écrite, radios, télévisions hertziennes, câble ou satellite, via Internet et par toutes sortes de réseaux numériques). Seconde caractéristique : ces groupes sont mondiaux, planétaires, globaux, et pas seulement nationaux ou locaux.

En 1940, dans un célèbre film, Orson Welles s'en prenait au « super-pouvoir » de « Citizen Kane » (en réalité, le magnat de la presse du début du XXe siècle William Randolph Hearst). Pourtant, comparé à celui des grands groupes mondiaux d'aujourd'hui, le pouvoir de Kane était insignifiant. Propriétaire de quelques journaux de presse écrite dans un seul pays, Kane disposait d'un pouvoir nain (sans être pour autant dépourvu d'efficacité à l'échelle locale ou nationale²) face aux archipouvoirs des mégagroupes médiatiques de notre temps.

Ces hyperentreprises contemporaines, par des mécanismes de concentration, s'emparent des secteurs médiatiques les plus divers dans de nombreux pays, dans tous les continents, et deviennent de la sorte, par leur poids économique et par leur importance idéologique, des acteurs centraux de la mondialisation libérale. La communication (étendue à l'informatique, l'électronique et la téléphonie) étant devenue l'industrie lourde de notre temps, ces grands groupes cherchent à élargir leur taille par d'incessantes acquisitions et font pression sur les gouvernements pour briser les lois limitant les concentrations ou empêchant la constitution de monopoles ou de duopoles.³

La mondialisation, c'est donc aussi la mondialisation des médias de masse, de la communication et de l'information. Préoccupés surtout par la poursuite de leur gigantisme, qui les contraint à courtiser les autres pouvoirs, ces grands groupes ne se proposent plus, comme objectif civique, d'être un « quatrième pouvoir » ni de dénoncer les abus contre le droit, ni de corriger les dysfonctionnements de la démocratie pour polir et perfectionner le système politique. Ils ne souhaitent même plus s'ériger en « quatrième pouvoir », et encore moins agir comme un contre-pouvoir.

Quand, le cas échéant, ils peuvent constituer un « quatrième pouvoir », celui-ci s'ajoute aux autres pouvoirs existants - politique et économique - pour écraser à son tour, comme pouvoir supplémentaire, comme pouvoir médiatique, les citoyens.

La question civique qui nous est donc désormais posée est celle-ci : comment réagir ? Comment se défendre ? Comment résister à l'offensive de ce nouveau pouvoir qui a, en quelque sorte, trahi les citoyens et est passé avec armes et bagages à l'ennemi ?

Une force civique citoyenne

Il faut, tout simplement, créer un « cinquième pouvoir ». Un « cinquième pouvoir » qui nous permette d'opposer une force civique citoyenne à la nouvelle coalition des dominants. Un « cinquième pouvoir » dont la fonction serait de dénoncer le superpouvoir des médias, des grands groupes médiatiques, complices et diffuseurs de la globalisation libérale. Ces médias qui, dans certaines circonstances, ont non seulement cessé de défendre les citoyens, mais qui agissent parfois contre le peuple dans son ensemble. Comme nous le constatons au Venezuela.

Dans ce pays latino-américain où l'opposition politique fut balayée en 1998 lors d'élections libres, plurielles et démocratiques, les principaux groupes de presse, radio et télévision ont déclenché une véritable guerre médiatique contre la légitimité du président Hugo Chávez.⁴ Alors que celui-ci et son gouvernement demeurent respectueux du cadre démocratique, les

médias, aux mains d'une poignée de privilégiés, continuent d'utiliser toute l'artillerie des manipulations, des mensonges et du bourrage de crâne pour tenter d'intoxiquer l'esprit des gens.⁵ Dans cette guerre idéologique, ils ont totalement abandonné la fonction d'un quelconque « quatrième pouvoir », ils cherchent désespérément à défendre les privilèges d'une caste et s'opposent à toute réforme sociale et à toute distribution un peu plus juste de l'immense richesse nationale.

Le cas vénézuélien est exemplaire de la nouvelle situation internationale dans laquelle des groupes médiatiques rendus furieux assument ouvertement leur nouvelle fonction de chiens de garde de l'ordre économique établi, et leur nouveau statut de pouvoir antipopulaire et anticitoyen. Ces grands groupes ne s'assument pas seulement comme pouvoir médiatique, ils constituent surtout le bras idéologique de la mondialisation, et leur fonction est de contenir les revendications populaires tout en essayant de s'emparer du pouvoir politique (comme est parvenu à le faire, démocratiquement, en Italie, M. Silvio Berlusconi, patron du principal groupe de communication transalpin).

La « guerre sale médiatique » conduite au Venezuela contre le président Hugo Chavez est la réplique exacte de ce qu'avait fait, de 1970 à 1973, le quotidien El Mercurio⁶ au Chili contre le gouvernement démocratique du président Salvador Allende, jusqu'à pousser les militaires au coup d'Etat. De telles campagnes, où les médias cherchent à abattre la démocratie, pourraient se reproduire demain en Equateur, au Brésil ou en Argentine contre toute réforme légale tentant de modifier la hiérarchie sociale et l'inégalité de la richesse. Aux pouvoirs de l'oligarchie traditionnelle et à ceux de la réaction classique s'ajoutent désormais les pouvoirs médiatiques. Ensemble - et au nom de la liberté d'expression ! -, ils s'attaquent aux programmes qui défendent les intérêts de la majorité de la population. Telle est la façade médiatique de la globalisation. Elle révèle de la façon la plus claire, la plus évidente, et la plus caricaturale l'idéologie de la mondialisation libérale.

Médias de masse et mondialisation libérale sont intimement liés. C'est pourquoi il semble urgent de développer une réflexion sur la manière dont les citoyens peuvent exiger des grands médias davantage d'éthique, de vérité, de respect d'une déontologie qui permette aux journalistes d'agir en fonction de leur conscience, et non en fonction des intérêts des groupes, des entreprises et des patrons qui les emploient.

Dans la nouvelle guerre idéologique qu'impose la mondialisation, les médias sont utilisés comme une arme de combat. L'information, en raison de son explosion, de sa multiplication, de sa surabondance, se trouve littéralement contaminée, empoisonnée par toute sorte de mensonges, polluée par les rumeurs, par les déformations, les distorsions, les manipulations.

Il se produit dans ce domaine ce qui s'est passé avec l'alimentation. Pendant très longtemps, la nourriture a été rare, et elle l'est toujours dans de nombreux endroits du monde. Mais lorsque les campagnes commencèrent à produire en surabondance, en particulier dans les pays d'Europe de l'Ouest ou d'Amérique du Nord, grâce aux révolutions agricoles, on s'aperçut que de nombreux aliments étaient contaminés, empoisonnés par des pesticides, qu'ils provoquaient des maladies, causaient des infections, entraînaient des cancers et toutes sortes

de problèmes de santé, allant jusqu'à produire des paniques de masse comme la peste de la « vache folle ». Bref, avant on pouvait mourir de faim, maintenant on peut mourir pour avoir mangé des aliments contaminés...

Avec l'information, c'est la même chose. Historiquement, elle a été très rare. Encore aujourd'hui, dans les pays dictatoriaux, il n'y a pas d'information fiable, complète, de qualité. En revanche, dans les États démocratiques, elle déborde de toutes parts. Elle nous asphyxie. Empédocle disait que le monde était constitué de la combinaison de quatre éléments : air, eau, terre, feu. L'information est devenue tellement abondante qu'elle constitue, en quelque sorte, le cinquième élément de notre monde globalisé.

Mais, en même temps, chacun constate que, comme la nourriture, l'information est contaminée. Elle nous empoisonne l'esprit, nous pollue le cerveau, nous manipule, nous intoxique, elle tente d'instiller dans notre inconscient des idées qui ne sont pas les nôtres. C'est pourquoi il est nécessaire d'élaborer ce qu'on pourrait appeler une « écologie de l'information ». Afin de nettoyer, de dégraisser l'information de la « marée noire » des mensonges. Dont on a pu, une fois encore, mesurer l'énormité à l'occasion de la récente invasion de l'Irak.⁷ Il faut décontaminer l'information. De même qu'on a pu obtenir des aliments « bio », a priori moins contaminés que les autres, il faudrait obtenir une sorte d'information « bio ». Les citoyens doivent se mobiliser pour exiger que les médias appartenant aux grands groupes globaux respectent la vérité, parce que seule la recherche de la vérité constitue en définitive la légitimité de l'information.

C'est pourquoi nous avons proposé la création de l'Observatoire international des médias (en anglais : Media Watch Global). Pour disposer enfin d'une arme civique, pacifique, dont pourront se servir les citoyens afin de s'opposer au nouveau superpouvoir des grands médias de masse. Cet observatoire est une expression du mouvement social planétaire rassemblé à Porto Alegre (Brésil). En pleine offensive de la globalisation libérale, il exprime la préoccupation de tous les citoyens devant la nouvelle arrogance des industries géantes de la communication.

Les grands médias privilégient leurs intérêts particuliers au détriment de l'intérêt général et confondent leur propre liberté avec la liberté d'entreprise, considérée comme la première des libertés. Mais la liberté d'entreprise ne peut, en aucun cas, prévaloir sur le droit des citoyens à une information rigoureuse et vérifiée ni servir de prétexte à la diffusion consciente de fausses nouvelles ou de diffamations.

La liberté des médias n'est que l'extension de la liberté collective d'expression, fondement de la démocratie. En tant que telle, elle ne peut être confisquée par un groupe de puissants. Elle implique de surcroît une « responsabilité sociale », et, par conséquent, son exercice doit demeurer, en dernière instance, sous le contrôle responsable de la société. C'est cette conviction qui nous a conduits à proposer la création de l'Observatoire international des médias / Media Watch Global. Parce que les médias sont aujourd'hui le seul pouvoir sans contre-pouvoir, et qu'il s'est créé ainsi un déséquilibre dommageable pour la démocratie.

La force de cette association est avant tout morale : elle réprime en se fondant sur l'éthique et sanctionne les fautes d'honnêteté médiatique au moyen de rapports et d'études qu'elle élabore, publie et diffuse.

L'Observatoire international des médias constitue un indispensable contrepoids à l'excès de pouvoir des grands groupes médiatiques qui imposent, en matière d'information, une seule logique - celle du marché - et une unique idéologie - la pensée néolibérale. Cette association internationale souhaite exercer une responsabilité collective, au nom de l'intérêt supérieur de la société et du droit des citoyens à être bien informés. A ce titre, elle estime d'une importance capitale les enjeux du prochain Sommet mondial sur l'information qui s'est tenue en décembre dernier à Genève.⁸ Elle se propose également de prévenir la société contre les manipulations médiatiques qui, comme des épidémies, se sont multipliées ces dernières années.

L'Observatoire rassemble trois sortes de membres, disposant de droits identiques : 1) des journalistes professionnels ou occasionnels, actifs ou retraités, de tous les médias, centraux ou alternatifs ; 2) des universitaires et chercheurs de toutes disciplines, et plus particulièrement des spécialistes des médias, car l'Université, dans le contexte actuel, demeure l'un des rares lieux encore partiellement protégés contre les ambitions totalitaires du marché ; 3) des usagers des médias, citoyens ordinaires et personnalités connues pour leur stature morale...⁹

Pour une information non contaminée

Les systèmes actuels de régulation des médias sont partout insatisfaisants. L'information étant un bien commun, sa qualité ne saurait être garantie par des organisations composées exclusivement de journalistes, souvent attachés à des intérêts corporatistes. Les codes déontologiques de chaque entreprise médiatique - lorsqu'ils existent - se révèlent souvent peu aptes à sanctionner et à corriger les dérives, les occultations et les censures. Il est indispensable que la déontologie et l'éthique de l'information soient définies et défendues par une instance impartiale, crédible, indépendante et objective, au sein de laquelle les universitaires aient un rôle décisif.

La fonction des ombudsmen ou médiateurs, qui fut utile dans les années 1980 et 1990, est actuellement mercantilisée, dévalorisée et dégradée. Elle est souvent instrumentalisée par les entreprises, répond à des impératifs d'image et constitue un alibi bon marché pour renforcer artificiellement la crédibilité du média.

L'un des droits les plus précieux de l'être humain est celui de communiquer librement sa pensée et ses opinions. Nulle loi ne doit restreindre arbitrairement la liberté de parole ou de presse. Mais celle-ci ne peut être exercée par des entreprises médiatiques qu'à condition de ne pas enfreindre d'autres droits tout aussi sacrés comme celui, pour chaque citoyen, de pouvoir accéder à une information non contaminée. A l'abri de la liberté d'expression, les entreprises médiatiques ne doivent pas pouvoir diffuser des informations fausses, ni conduire des campagnes de propagande idéologique, ou autres manipulations.

L'Observatoire international des médias considère que la liberté absolue des médias, réclamée à cor et à cri par les patrons des grands groupes de communication mondiaux, ne saurait s'exercer aux dépens de la liberté de tous les citoyens. Ces grands groupes doivent savoir désormais qu'un contre-pouvoir vient de naître et qu'il a vocation à rassembler tous ceux qui se reconnaissent dans le mouvement social planétaire et qui luttent contre la confiscation du droit d'expression. Journalistes, universitaires, militants associatifs, lecteurs de journaux, auditeurs de radios, téléspectateurs, usagers d'Internet, tous s'unissent pour forger une arme collective de débat et d'action démocratique. Les globalisateurs avaient déclaré que le XXI^e siècle serait celui des entreprises globales ; l'association Media Watch Global affirme que ce sera le siècle où la communication et l'information appartiendront enfin à tous les citoyens.

Notes

1. Lire La Tyrannie de la communication et Propagandes silencieuses, Galilée, Paris, respectivement 1999 et 2002 (également disponibles au format de poche dans la collection Folio).
2. Voir, par exemple, en Italie, la surpuissance médiatique du groupe Fininvest, de M. Silvio Berlusconi, ou, en France, celle des groupes Lagardère ou Dassault.
3. Sous la pression des grands groupes médiatiques américains, la Federal Communications Commission (FCC) des Etats-Unis a autorisé, le 4 juin 2003, le desserrement des limites à la concentration : une entreprise pourrait contrôler jusqu'à 45 % de l'audience nationale (contre 35 % jusqu'à présent). La décision devait entrer en vigueur le 4 septembre dernier, mais, parce que certains y voient « une grave menace pour la démocratie », elle a été suspendue par la Cour suprême.
4. Lire « Un crime parfait », Le Monde diplomatique, juin 2002.
5. Lire Maurice Lemoine, « Dans les laboratoires du mensonge au Venezuela », Le Monde diplomatique, août 2002.
6. Et bien d'autres médias, comme La Tercera, Ultimas Noticias, La Segunda, Canal 13, etc. Lire Patricio Tupper, Allende, la cible des médias chiliens et de la CIA (1970-1973), Editions de l'Amandier, Paris, 2003.
7. Lire « Mensonges d'Etat », Le Monde diplomatique, juillet 2003.
8. Lire Armand Mattelart, « Les laissés-pour-compte du cyberspace », Le Monde diplomatique, août 2003.
9. Le 24 septembre a été créé, à Paris, l'Observatoire français des médias, qui est présidé par Armand Mattelart, professeur de sciences de la communication à l'université Paris-VIII. Les lecteurs intéressés peuvent se renseigner en s'inscrivant sur le site www.monde-diplomatique.fr/ofm ou par courrier à l'Observatoire français des médias, 3, avenue Stephen Pichon, 75013 Paris, France.

Ignacio Ramonet est directeur du et Président du directoire du Monde diplomatique SA.