

Alliance pour un monde responsable,
pluriel et solidaire

Assemblée mondiale de citoyens

Lille – 2 au 10 décembre 2001

Groupe thématique n°6

Des médias libres au service de la compréhension du monde, du contrôle démocratique et de l'action citoyenne

Synthèse de la séance du :05/12/2001

Après un tour de table de présentations, les membres du groupe qui ont participé aux différents collèges tentent de restituer les éléments qui, dans leur collège, ont concerné fût-ce indirectement le rôle des médias.

Apport des ateliers collégiaux :

1) Collège interreligieux

Pour le participant présent, religieux indien qui milite auprès des personnes des basses castes en Inde, ce type de lutte citoyenne n'a pas de place dans les médias "mainstream". Il souhaite un accès à des médias alternatifs et souligne l'importance de l'audiovisuel pour les plus pauvres.

Le collège interreligieux a également traité de l'éthique dans les médias et réclamé une plus grande part faite aux valeurs spirituelles.

2) Artistes et éditeurs

Les petits journaux ont les plus grandes difficultés à survivre. Les entreprises de presse sont de grandes entreprises dont les intérêts sont strictement commerciaux et les questions sociales les intéressent peu (ne font pas vendre ?). Les publicitaires dictent leurs volontés.

La censure est présente dans de nombreux pays, pour la presse et pour l'édition en général.

Tous les aspects de la création intellectuelle et artistique devraient bénéficier d'une meilleure publicité dans les médias, ce qui devrait contribuer à réaliser des économies d'échelle. Faut-il pour cela faire du lobbying auprès de la presse ? C'est une proposition de ce collège.

3) Scientifiques (I)

La recherche scientifique est financée par l'Etat ou par des multinationales. Pour avoir des chances que se construise une "citizens'science", il faut financer la vulgarisation de la recherche scientifique dans les médias.

4) Chefs d'entreprise (I)

L'importance de la communication pour développer les stratégies des entreprises qui adhèrent à l'idée de "responsabilité sociale" est apparue dans ce collège. D'une manière générale, si les entreprises ne prennent leurs décisions qu'en cercles fermés, dans le secret, des dérives de toutes sortes sont à craindre. Il faut donc que les médias s'intéressent de très près à ce qui se passe dans le monde des entreprises.

Le participant présent est lui-même un chef d'entreprise qui a créé une agence de presse pour diffuser de l'information sur l'économie alternative et solidaire auprès des médias.

5) Les femmes

Les femmes ont à plusieurs reprises évoqué la question de l'image de la femme dans les médias. La porte-parole de ce collège, journaliste membre de l'association des femmes journalistes, rapporte trois constats effectués par cette association : 1) les femmes journalistes sont très peu nombreuses à accéder aux postes-clés ; 2) la manière de parler des femmes, le "ton" adopté dans les médias est la plupart du temps irrespectueux ; 3) les femmes se désintéressent de la presse parce qu'elles ne s'y retrouvent pas : ni dans le type d'informations privilégié, ni dans la manière de traiter cette information.

L'analyse des cartographies de tous les collèges réserve quelques surprises : non seulement un bon nombre d'entre eux n'ont pas évoqué la question des médias, mais en outre ceux dont on attendait une réaction sont parfois demeurés silencieux sur le sujet. Ainsi, les ONG, les chefs d'entreprise, les syndicalistes, les universitaires, les scientifiques, les philosophes n'ont rien dit des médias.

Les militaires et les juristes réclament "des médias libres, autonomes, locaux et continentaux". Les financiers souhaitent que les médias puissent "impartialement écrire sur les problèmes financiers" ; les paysans et les pêcheurs veulent que les consommateurs soient correctement informés de ce qu'ils mangent, tandis que les professionnels de la santé veulent "diffuser des modes de vie et d'hygiène pour une bonne santé". Les élus locaux sont en faveur de la création de réseaux locaux d'information et d'un contrôle social des médias. Les fonctionnaires internationaux souhaitent voir des médias "responsables et capables de contribuer à la compréhension du monde" tandis que les personnalités politiques veulent "des médias plus indépendants et plus respectueux de l'éthique"; les jeunes constatent un manque d'"information sur les problèmes concernant la jeunesse. Quant aux habitants, ils sont de loin les plus intéressés car ils demandent : une responsabilisation des médias sur les questions sociales et environnementales, de combler le fossé d'information entre le Nord et le Sud, d'informer "les gens sur les problèmes dans le monde", le respect d'une éthique et en bref l'accès à l'information pour tous comme partie intégrante de la démocratie.

Propositions du collège des journalistes

Les défis actuels pour les médias sont :

- construire une presse alternative, mais au sein des médias existants ou à côté ?
- la responsabilité des médias par rapport à la société, au développement des pays du Sud, à la construction d'une culture de paix
- trouver un équilibre entre la liberté d'expression des journalistes et le droit des populations à l'information
- la formation des journalistes (meilleure culture générale, plus grande ouverture sur le monde, expertise)

La proposition essentielle de ce collège consiste à créer un réseau mondial des médias, "par les gens, pour les gens et sur les gens".

Débat du groupe sur la proposition du collège des journalistes

- L'une des participantes désire savoir où en est le projet "Transforming Word - Writing to make a difference" (cf. CPPP 47 bis et www.firewords-press.org) duquel cette proposition semble s'inspirer. Une journaliste libanaise, partie prenante dans ce projet, évoque des problèmes importants de langues : seuls l'anglais et le français sont utilisés pour le moment. Elle, par exemple, écrit plutôt en arabe et n'a pas le temps d'écrire dans une autre langue. Il manque des traducteurs.

- Quelle est le fonctionnement financier de la presse ? Pourquoi le papier est-il si cher ? (Pourquoi cette emprise étouffante de la marchandisation de l'information ?) Il faut demander aux collègues qui ont évoqué la question de la presse de faire des propositions.

- L'alternative est soit de réformer les médias existants "de l'intérieur", soit de créer une presse alternative. Dans le premier cas, c'est aux législations qu'il faut s'intéresser. Dans le deuxième cas, se pose la question du financement.

- Plutôt de "réformer de l'intérieur", il faudrait parler d'un autre fonctionnement de la presse. Qu'est-ce qui ne va pas ? Une proposition d'analyse est faite :

1° Connaître les obstacles financiers (en particulier les taxes), législatifs, idéologiques et les habitudes du public

2° Y introduire des ruptures. Par exemple, décerner des prix aux meilleurs reportages de guerre (et des "prix citron" aux pires)

3° Créer cette presse

- Nous ne devons pas réinventer la roue, mais la redécouvrir. Il y a déjà des expériences, il faudrait en faire l'analyse, voire s'en inspirer. Quant à la législation concernant la ratification des droits civiques (liberté de la presse, droit à l'information), si l'on prend l'exemple de l'Inde, ce pays a ratifié tous les textes possibles, cela n'a rien changé aux problèmes de la presse.

Propositions en marge

- créer une (des) agence(s) de presse
- devenir actionnaires d'une entreprise de presse

- privilégier la radio et l'audiovisuel si l'on veut informer les populations à la base