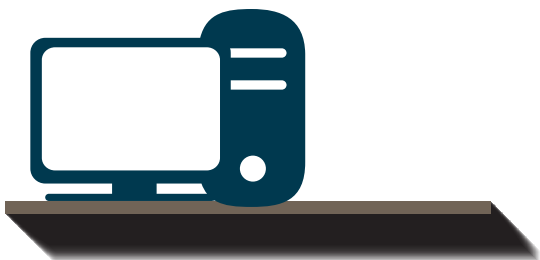


La presse pèse-t-elle ses mots ?

Quand le vocabulaire influence nos représentations





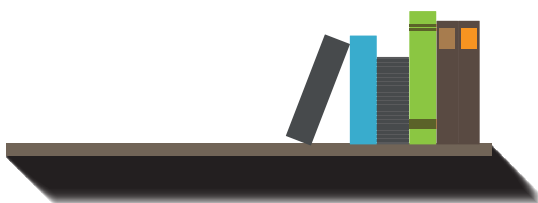
INFOS

Toutes nos publications sont disponibles gratuitement :

- En **téléchargement**, depuis l'adresse internet de notre ASBL :
www.cpcp.be/etudes-et-prospectives
- En **version papier**, vous pouvez les consulter dans notre Centre d'Archives et de Documentation situé :

Rue des Deux Églises, 45 - 1000 Bruxelles

T : 02/238 01 69 - M : archives@cpcp.be



INTRODUCTION

En 2014, le groupe SudPresse a été condamné par le Conseil de Déontologie journalistique (CDJ)¹ en raison du titre d'un de ses articles traitant de l'affaire Wesphael² publié en novembre 2013. Les faits concernaient un homme politique belge, Bernard Wesphael, suspect dans l'enquête sur la mort de son épouse. À l'époque, SudPresse avait titré le fait comme étant un assassinat³ alors que l'enquête en était encore au constat d'une mort aux circonstances inconnues, cette mort pouvant alors être aussi bien le fait d'un suicide que d'un meurtre. Il y avait donc dans ce titre – et uniquement dans le titre, l'article en lui-même ne posant aucun problème déontologique – un manquement à la véracité des faits.



Dans un tout autre registre, la BBC a récemment invité ses employés et sa rédaction à ne pas utiliser le terme « terroriste » trop facilement, lui préférant des termes moins connotés et plus clairs tels que « tireur » ou « assaillant »⁴. La chaîne britannique explique cette décision avant tout par une volonté de

¹ Au cours de l'année 2014, 53 plaintes jugées « fondées » ont été traitées par le Conseil de Déontologie journalistique. Cet organe, constitué de journalistes et de rédacteurs en chef, a pour fonction de réguler les plaintes se rapportant aux médias, sachant que ces plaintes concernent, dans la majeure partie des cas, la presse écrite.

² « Bernard Wesphael : Le «C'est un assassinat !» de Sudpresse devant le Conseil de Déontologie journalistique », *Lesoir.be*, 2013 ; <http://www.lesoir.be/365562/article/actualite/fil-info/fil-info-belgique/2013-11-21/bernard-wesphael-c-est-un-assassinat-sudpresse-devant-conseil-deo>, consulté le 23 février 2015.

³ « Sa femme ne s'est pas suicidée : c'est un assassinat ». Titre présent en Une des quotidiens SudPresse du 6 novembre 2013.

⁴ « Pour la BBC, il ne faut pas qualifier de «terroristes» les tueurs de «Charlie Hebdo» », *Courrier international* – Paris, 27 janvier 2015 ; <http://www.courrierinternational.com/article/2015/01/27/pour-la-bbc-il-ne-faut-pas-qualifier-de-terroristes-les-tueurs-de-charlie-hebdo>, consulté le 12 février 2015.

rester neutre, précise et claire dans son traitement de l'information, et de donner au lectorat toutes les clés de compréhension de l'événement traité, sans parti pris.⁵

D'un côté, nous faisons face à une presse qui ne craint pas de choisir dans ses titrages des mots lourds, parfois même calomnieux, de l'autre, une presse qui souhaite avant tout rester neutre, quitte à censurer certains termes. Les précautions de la BBC et la sanction de SudPresse seraient-elles liées à une même volonté de préserver la population envers l'influence de la presse ? Si cette emprise existe, à quel point les médias traditionnels et en particulier la presse écrite, nous influencent-ils ?

Précisons que nous entendons ici par presse écrite la presse d'information papier et multimédia traditionnelle généraliste à ne pas confondre avec une presse plus engagée, associative par exemple, laquelle défend plus ouvertement des valeurs particulières, un idéal.

L'objet de cette analyse est de donner quelques pistes de réflexions en lien avec ces questionnements. Parce que les mots sont, aux côtés des photos et des caricatures dans certains journaux bien particuliers, les outils les plus importants de la presse écrite, nous nous pencherons d'abord sur leur poids et leur impact d'un point de vue général pour ensuite s'attarder sur la discipline journalistique en elle-même : ses origines, sa fonction et les mutations qu'elle subit. Enfin, nous concluons sur des propositions de pistes alternatives et sur les moyens qui permettent de développer un regard critique face aux médias.

⁵ Bien que la chaîne BBC explique ce choix éditorial comme une volonté de rester impartiale face aux récents attentats, il est important de noter que cette décision pourrait tout aussi bien faire partie d'une stratégie visant à garder la chaîne implantée sur le plan mondial et ce, également dans certains pays maghrébins. Stratégie marketing ou conscience professionnelle ?

I. DERRIÈRE LES MOTS

Chaque mot de notre vocabulaire véhicule des représentations spécifiques. Quelle est la différence entre puissance et force ? Entre contrôle et mesure ? Ces termes peuvent s'interchanger pour décrire un même fait et pourtant, ils ne portent pas les mêmes représentations, n'ont pas les mêmes connotations. En utilisant un terme plutôt qu'un autre, l'auteur choisit la représentation qui correspond le mieux au message qu'il veut transmettre. Il transmet une connotation correspondant à une manière de voir les choses, à sa réalité. Certains mots ont une connotation péjorative par exemple et seront donc choisis, de manière consciente ou non, par l'auteur s'il souhaite décrire une situation qu'il considérera comme négative.

Prenons un exemple : pour parler de nos soldats ou de soldats qui se battent pour une cause qui nous tient à cœur, on utilisera généralement des termes positifs comme courage, bravoure, héroïsme, etc. Pour parler de soldats ennemis en revanche, on parlera plutôt en ces termes : barbarie, cruauté, haine...

Un autre exemple courant du même ordre est celui d'utiliser le terme « résistant » ou « terroriste » selon le point de vue que l'on adopte par rapport à un conflit.

Nos représentations des choses influencent donc notre langage, nos choix de mots, et se transmettent via ces mots. Cela vaut aussi pour le journaliste qui transmettra ses représentations à travers les mots qu'il choisira pour son article. À partir de là, une question intéressante à se poser est la suivante : si je suis journaliste et que je qualifie quelqu'un de terroriste plutôt que de tireur, ou d'assassin plutôt que de suspect, est-ce que le jugement de la personne qui recevra l'information en sera influencé ? Pour tenter de répondre à cette question, attardons-nous sur la discipline du journalisme.

“*Nos représentations des choses influencent donc notre langage, nos choix de mots.*”

II. AUX ORIGINES DU JOURNALISME

D'un point de vue historique, le journalisme est, depuis ses débuts, étroitement lié à la démocratie. Il est né pour servir celle-ci. Le travail de base du journaliste est d'informer la population de ce qu'il se passe dans notre société afin qu'elle

“Le travail de base du journaliste est d'informer la population de ce qu'il se passe dans notre société afin qu'elle puisse [...] se construire une opinion, s'exprimer, voter, etc.”

puisse, en toute connaissance de cause, pratiquer son droit démocratique, autrement dit, se construire une opinion, s'exprimer, voter, etc. La presse doit donc être un intermédiaire, un relais des réalités du monde entre l'espace public et les citoyens. C'est du moins la ligne directrice historique qui est à l'origine de cette profession. Les médias journalistiques ont dès lors une place très importante dans notre société et sont ancrés pleinement dans notre quotidien.⁶

Depuis plusieurs décennies déjà, de nombreuses théories traitant de l'influence des médias, aux contenus divergents et parfois même contradictoires, ont vu le jour. Certaines d'entre-elles considèrent que la presse, et les médias de masse

en général, ont une influence directe sur l'opinion du public. C'est le principe de la « seringue hypodermique »⁷, une piqûre médiatique qui distillerait sa propre vision du monde et ses idéologies directement dans l'inconscient de son public.

Ces dernières années, ces théories ont été largement nuancées, et même majoritairement rejetées. Aujourd'hui, peu d'analystes pensent encore que la presse a une influence directe sur son public. La preuve en serait que cha-

⁶ J.-M. NOBRE-CORREIRA, *Histoire et socio-économie des médias*, 5^e éd., Presse Universitaire de Bruxelles, Bruxelles, 2001.

⁷ Le concept de « seringue hypodermique » découle du modèle de communication des « 5 W » d'Harold Lasswell : « Who says What through What channel to Whom with What effect ? » qui peut se traduire par la formule suivante : « Qui dit Quoi à travers Quel moyen à Qui et avec Quel effet ? » Ce dernier explique dans cette théorie de la communication que les médias injectent directement leur message dans le corps social. Voir H. LASSWELL, « The Structures and Functions of Communication in Society », dans B. LYMAN, *The Communication of Ideas*, New York : Harper, 1948, p. 37-51.

cun continue à garder un œil critique sur les médias qui l'entourent. En effet, certains titres font régulièrement polémiques auprès du grand public, certains sujets choquent, des plaintes sont encore à ce jour déposées auprès du CDJ, etc. Le public n'intégrerait donc pas cette information sans y porter un regard critique et serait même capable d'évaluer la pertinence de chaque donnée véhiculée par les médias d'information. Cette vision des médias « faibles » en matière d'influence se retrouve par exemple dans la théorie de la communication à deux étages de Paul Lazarsfeld et Elihu Katz ou dans le concept d'exposition sélective au message⁸. Selon ces nouvelles théories, la presse n'aurait donc qu'une influence relative sur son public et n'imposerait pas à notre inconscient sa vision du monde.

Le rôle de la presse serait d'amener des sujets « à l'agenda »⁹. Autrement dit, elle aurait pour fonction d'amener des thématiques sur la table, d'amener les gens à débattre des sujets qu'elle aborde, que ces gens soient d'accord avec les propos journalistiques proposés ou non.

La presse aurait donc une influence indirecte : par le choix des sujets dont elle parle, la rédaction déterminerait ce dont la population a connaissance. Mais cela induit aussi le pouvoir de décider de laisser dans l'ombre certains faits d'actualité qui pourraient ainsi ne jamais arriver aux yeux et aux oreilles des citoyens. C'est ce qu'on appelle en sociologie l'agenda-setting¹⁰. Les médias d'information ont donc une influence indéniable sur notre conception du monde puisqu'ils installent un filtre dans notre prise de conscience des réalités

“ *Le pouvoir de décider de laisser dans l'ombre certains faits d'actualité qui pourraient ainsi ne jamais arriver aux yeux et aux oreilles des citoyens.* ”

⁸ N. ROUILLOT, « L'influence des médias », *Le Politiste*, 12 novembre 2011 ; <http://www.le-politiste.com/2011/11/linfluence-des-medias.html>, consulté le 23 avril 2015. Ce concept d'*exposition sélective au message* fait référence au principe que les individus choisissent les émissions auxquelles ils s'exposent et décident donc eux-mêmes de l'influence qu'ils subissent. Quant au concept de *communication à deux étages*, pour faire simple, il évoque le principe selon lequel les individus sont davantage influencés par leur entourage, par les *leaders d'opinion* par exemple, que par les médias.

⁹ L'expression « mettre à l'agenda » désigne le fait de rendre public un fait jusqu'alors privé.

¹⁰ L'*agenda-setting* fait référence à la fonction et l'effet sur l'opinion publique des médias de masse en matière de hiérarchisation et de mise à l'agenda de l'information. Voir à ce propos M. MCCOMBS, D. SHAW, « The agenda-setting function of mass media », *Public Opinion Quarterly*, XXXVI, 2, 1972, p. 176-187.

du monde. Par exemple, si la presse ne parle pas d'un événement auquel je ne serai jamais confronté directement, je n'aurai jamais conscience que cet événement a eu lieu.

Illustrons ce principe avec un fait concret : les attentats de Charlie Hebdo du 7 janvier 2015 ont été intensément couverts par les médias. Pendant des semaines, les médias se sont concentrés sur cette actualité, éclipsant par cette primauté les autres événements ayant eu lieu simultanément dans le monde. Ainsi, la mort de 2.000 Nigériens après une attaque de Boko Haram est presque passée inaperçue. En conséquence, cet événement est devenu à peu près inexistant pour une large partie du public européen.¹¹

“ *Il faut bien se rendre compte que l'objectivité totale et absolue est une chose impossible à atteindre ne serait-ce qu'à cause des mots qu'on choisit d'utiliser, comme nous venons de le voir. Cependant, s'en rapprocher le plus possible est un devoir pour le journaliste.* ”

Quels impacts sur l'opinion pouvons-nous donc attribuer aux médias de nos jours ? Si la plupart des observateurs considèrent que le formatage absolu est un mythe, force est cependant de constater que la presse dispose d'un réel pouvoir d'influence. Et ce d'autant plus que le citoyen lambda ne dispose pas toujours des éléments (voire de l'esprit critique) lui permettant de décoder à bon escient le flot d'informations auquel il est soumis. Pas de formatage donc mais bien une influence à ne pas négliger et à garder à l'esprit que cela soit au niveau de la mise à l'agenda qu'au niveau d'une influence idéologique.

III. NUANCE ET IMPARTIALITÉ

Au regard de cette influence importante et de la fonction originellement démocratique de la presse, les journalistes se doivent de garder comme valeurs fondamentales de leur tra-

¹¹ M. SHEARLAW, « Why did the world ignore Boko Haram's Baga attacks ? », *The Guardian*, 12 janvier 2015 ; <http://www.theguardian.com/world/2015/jan/12/-sp-boko-haram-attacks-nigeria-baga-ignored-media>, consulté le 23 avril 2015.

vail les notions de nuance et d'impartialité. Nuancer l'information véhiculée signifie tenir compte des différences et divergences d'opinions par rapport à un fait, relater les différents discours existants par rapport à l'actualité. L'impartialité, quant à elle, désigne une absence de parti-pris, une neutralité, une justice dans la distribution de l'information. Il faut bien se rendre compte que l'objectivité totale et absolue est une chose impossible à atteindre ne serait-ce qu'à cause des mots qu'on choisit d'utiliser, comme nous venons de le voir. Cependant, s'en rapprocher le plus possible est un devoir pour le journaliste.

Le choix éditorial de la BBC que nous avons expliqué plus haut est un bel exemple de cette tentative de neutralité. Il témoigne d'une conscience de la connotation que porte chaque mot.

Mais là où certains font de l'impartialité et de la nuance une base de travail, d'autres ne se privent pas pour bafouer et reléguer ces principes au second plan. En voici encore un exemple : Le 18 mars 2015, le site RTLinfo.be publiait un article titré « Ryanair sans pitié pour un enfant en attente d'une transplantation : l'embarquement lui est refusé ». Dans les faits, Ryanair s'est vu dans l'obligation de refuser l'accès à l'embarquement à une famille et son enfant en attente de transplantation, et ce pour des raisons de sécurité, le décollage étant trop imminent au moment de la demande d'embarquement. Dans son titre, le groupe RTL pose un jugement de valeur puisqu'il considère Ryanair comme étant sans pitié. Indéniablement, il y a dans ce titre un manque de nuance et d'impartialité même si dans la suite de l'article, les propos sont plus nuancés et la parole est aussi donnée aux représentants de la compagnie Ryanair.

À quoi est dû ce phénomène ? Qu'est-ce qui pousse certaines rédactions à négliger leur déontologie et leur professionnalisme, à mettre de côté objectivité et nuance ? Pour répondre à cette question, il faut se pencher sur les mutations qui secouent la discipline journalistique.

IV. « MUTATION NÉOLIBÉRALES »

À l'instar des évolutions récentes dans les modes de vie, la presse s'est elle aussi transformée. Les valeurs capitalistes qui dominent le monde du travail n'ont pas épargné le secteur de la presse. Dans un souci d'efficacité et de rentabilité, on demande au journaliste de produire chaque jour un nombre minimum d'articles, souvent au détriment de leur qualité. Ce « on », ce sont généralement les gestionnaires de médias de presse, sous la pression des actionnaires. Ceux-ci voient bien souvent l'information comme un bien, un produit, une marchandise et non plus comme un outil au service de la démocratie.

“ *Les valeurs capitalistes qui dominent le monde du travail n'ont pas épargné le secteur de la presse.* ”

L'émergence d'une concurrence féroce provenant directement des nouveaux médias a renforcé ces mécanismes. Aujourd'hui, le journaliste de presse écrite n'est plus seul. La surabondance d'information, gratuite qui plus est, en provenance notamment des blogs, ainsi que la fin du monopole du journaliste, entraînent celui-ci dans une spirale concurrentielle qui n'est pas sans conséquence.

Ces exigences professionnelles entraînent une contrainte temporelle qui rend parfois difficile le respect de certaines exigences journalistiques comme la vérification des sources. Cela peut entraîner la publication de fausses informations ou la reproduction à l'identique de dépêches d'agence de presse¹² par exemple, et ce, par facilité et sans qu'il n'y ait d'investigation journalistique. Autrement dit, la pression de la concurrence, les pressions économiques et temporelles, les pressions hiérarchiques, etc. sont autant de facteurs qui poussent nombre de journalistes à travailler vite plutôt que bien.

Un autre phénomène provoqué notamment par la marchandisation de l'information est la recherche d'informations spectaculaires, la recherche de l'info accrocheuse et du titre choc qui feront vendre. Ainsi, le journaliste se retrouve

¹² Les agences de presse sont des organisations qui fournissent des informations brutes aux médias d'information.

confronté à une volonté de séduire le lecteur pour répondre aux attentes de son employeur ; une volonté bien souvent en contradiction avec l'aspiration originelle qui l'a poussé vers cette profession, celle d'informer.

Un dernier facteur à prendre en compte est celui de la responsabilité du lecteur. Dans une société qui va à cent à l'heure et où de nouvelles sources d'information gratuites fleurissent chaque jour, le lectorat a lui aussi changé. L'état actuel de la discipline journalistique et notre façon de vivre où tout doit aller vite ont induit une nouvelle manière de « consommer » la presse, une lecture nomade, éclairée et ciblée. Le principal lecteur n'est plus ce patriarche qui lit tranquillement l'entièreté de son journal chaque matin en prenant son petit déjeuner. Aujourd'hui, le lecteur sélectionne les articles qu'il lira, en se basant notamment sur leurs titres. La lecture doit être rapide, il faut aller à l'essentiel. Bien sûr, cette sélection de l'information n'est pas un phénomène nouveau. Mais, de nos jours, ce survol des articles est exacerbé par notre rythme de vie, par notre société, par les nouvelles technologies qui nous donnent accès à l'info en quasi permanence, etc.

Ces usages changeants ont aussi influencé la méthodologie journalistique et si de nombreuses rédactions cherchent aujourd'hui à produire des titres chocs et accrocheurs, c'est aussi pour répondre à ces nouveaux usages. La responsabilité du lecteur dans cette mécanique n'est donc pas à nier.

V. MÉDIAS ALTERNATIFS : EN DEHORS DES CONTRAINTES ?

Face à ces défis et à ces contraintes, d'autres sources d'information ont commencé à se développer: la presse alternative. L'un des objectifs majeurs de cette presse alternative est de fournir à son public un service économiquement indépendant, avec comme volonté de se libérer des contraintes du journalisme traditionnel. À travers cette autonomie, les médias alternatifs veulent se prémunir contre toutes pressions éditoriales répondant à des critères de rentabilité (recherche de sensationnel, préférer la quantité à la

“ *L'un des objectifs majeurs de cette presse alternative est de fournir à son public un service économiquement indépendant.* ”

qualité, etc.) et souhaitent fournir des articles issus de véritables investigations journalistiques. Il y a aussi une volonté de véhiculer des infos qui ne sont pas forcément relayées par les médias traditionnels et/ou de donner un regard et une analyse différents de l'actualité.

La presse alternative regroupe la presse d'idées, la presse engagée, la presse citoyenne... Dans tous les cas, ces alternatives aux médias traditionnels et généralistes se positionnent idéologiquement de façon claire face à l'actualité. La logique de la presse alternative est donc différente de celle de la presse généraliste analysée jusqu'ici.

D'après le site web « Espace citoyen », on compte seulement cinq journaux alternatifs diffusés nationalement en Belgique : La Revue Nouvelle, Père Ubu-Pan, Imagine demain le Monde, Politique et Le Journal du Mardi¹³. Ce chiffre reste arbitraire étant donné qu'il n'existe pas de définition fixe du phénomène de journaux alternatifs. Il faut cependant admettre que ces alternatives ne sont pas monnaie courante dans notre pays. Le phénomène est toutefois beaucoup plus développé chez nos voisins français qui disposent de médias alternatifs réputés tels que Mediapart ou Rue89.

“ *Il existe un lectorat en demande de ces alternatives et de ces prises de positions franches et transparentes.* ”

Il faut aussi poser la question de l'autonomie financière – et par là-même éditoriale – de la presse alternative. Il y a deux différents partis-pris. Le premier part du principe que toute acceptation de financement est synonyme de préjudice à l'intégrité idéologique de l'édition. Pour cette presse alternative, il s'agit d'assurer un financement en faisant payer aux abonnés le prix fort puisqu'il s'agit de leur seule source de revenu. Cette presse alternative n'est donc pas accessible à tous. Toutefois on remarque de plus en plus qu'il existe un lectorat en demande de ces alternatives et de ces prises de positions franches et transparentes, ce qui assure le succès tout neuf de ces sources d'information alternatives.

¹³ « La presse alternative en Belgique », *Espace citoyen*, <http://www.espace-citoyen.be/article/126-la-presse-alternative-en-belgique/>, consulté le 23 avril 2015.

Un autre parti-pris, plus modéré et pragmatique, consiste à accepter des encarts publicitaires dans les publications et/ou à encourager les dons tout en veillant à ce que le contenu éditorial ne soit pas déterminé par les bailleurs de fonds. L'abonnement sera donc moins coûteux dans ce cas-ci mais rien ne permettra de déterminer avec certitude si la complète neutralité de l'édition par rapport à sa source de financement est bien assurée.

Quels enseignements la presse traditionnelle peut-elle tirer de son pendant alternatif ? Vers quel modèle devrait tendre la presse traditionnelle pour retrouver son objectif initial de neutralité tout en s'assurant un équilibre financier ? Privilégier un travail d'analyse plutôt qu'une info fast-food est-elle la solution ? L'état actuel de la presse traditionnelle reste en tout cas précaire et mérite d'être remis en question.

CONCLUSION : UN REGARD CRITIQUE

Comme nous l'avons vu, l'influence de la presse sur notre conception du monde reste déterminante. Dans ce contexte, assurer l'accès à une pluralité de discours par rapport à un fait d'actualité et assurer la visibilité des événements majeurs prenant place dans le monde reste le devoir de la presse, un devoir qu'elle a parfois du mal à mener à bien.

Les mutations vécues au sein du secteur journalistique, comme dans le reste de notre société néolibérale, font que la nuance et l'impartialité dont devrait faire preuve cette presse traditionnelle passent régulièrement à la trappe. On se retrouve donc souvent face à des titres d'actualité incongrus : parce que la source n'a pas été vérifiée, parce qu'il n'y a pas eu investigation en dehors des informations fournies par l'agence de presse ou encore parce que l'éditeur tente d'attiser la curiosité du lectorat par des titres accrocheurs. Comme nous l'avons précisé, au vu de nos manières d'aborder et de consommer ces médias de presse, notre responsabilité citoyenne est loin d'être négligeable.

Il est donc important de garder un regard critique face à ces phénomènes et d'avoir conscience de leur existence. Mais avoir un regard critique, au fond qu'est-ce que cela veut dire ? Avoir un regard critique face à la presse, c'est savoir l'analyser, la décortiquer. Pour avoir ce regard critique sur l'information, il faut surtout savoir remettre en question les éléments de presse. Est-ce que cet article ou ce reportage exprime les différents points de vue sur le sujet qu'il traite, autrement dit, fait-il preuve d'objectivité dans le traitement du sujet ? Le titre de cet article est-il conforme à son contenu ou, au contraire exagéré, détourné, voire mensonger ?

Ce recul est important au regard de notre consommation toujours plus grande de l'actualité. Mais il est tout aussi important de l'appliquer quand il s'agit de consommer d'autres types de médias : les émissions de télévision, les magazines, la publicité, les réseaux sociaux... Autant de « produits » médiatiques qu'il s'agit d'analyser, de déconstruire et de critiquer.

Un regard critique, cela se construit, cela se développe. Tout le monde ne sait pas spontanément déconstruire tout seul une émission de télévision ou un article de presse. Pour savoir le faire, il y a ce qu'on appelle l'éducation aux médias. L'éducation aux médias, permet aux personnes qui consomment

des médias en tous genres de savoir les analyser. Cela comprend l'étude des mécanismes de ces médias (comprendre comment ça marche), mais aussi l'utilisation de ces mécanismes (produire un document médiatique comme un journal de quartier, une vidéo, une expo photo, etc.). Ainsi, par l'éducation aux médias, de passif, le consommateur devient à son tour citoyen acteur de la société.

POUR EN SAVOIR PLUS

- CEDIDELP, « Qu'est-ce qu'un média alternatif ? Essais de définition... », *Ritimo.org*, 22 juin 2012 ;
<http://www.ritimo.org/article48.html>
- CHARRON J., « Journalisme et démocratie », in GUILBERT L., *Médiations et processus culturels*, Québec : PUL, « Culture française d'Amérique », 2004, p. 159-170 ;
<http://www.erudit.org/livre/CEFAN/2003-2/000654co.pdf>
- DE LA PORTE X., « Foisonnants médias alternatifs sur le Web », *Lemonde.fr*, 26 février 2014 ;
http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/02/26/foisonnants-medias-alternatifs-sur-le-web_4373954_3232.html
- DERVILLE G., « Le journalisme et ses contraintes », *Les Cahiers du Journalisme*, 6, octobre 1999,
http://www.cahiersdujournalisme.com/cdj/pdf/06/15_Derville.pdf
- « La presse alternative en Belgique », *Espace citoyen*,
<http://www.espace-citoyen.be/article/126-la-presse-alternative-en-belgique/>
- « La presse, un média en pleine mutation », *Exeis Conseil*, 18 septembre 2013 ;
<http://exeisconseil.com/index.php/la-presse-en-mutation>
- « Liberté de la presse : fondements juridiques majeurs », *France.fr*, 2014 ;
<http://www.france.fr/institutions-et-valeurs/liberte-de-la-presse-fondements-juridiques-majeurs.html>
- « Loi, déontologie, éthique », *Conseil de Déontologie journalistique*,
<http://www.deontologiejournalistique.be/?loi-deontologie-ethique>
- ROUILLOT N., « L'influence des médias », *Le Politiste*, 12 novembre 2011 ;
<http://www.le-politiste.com/2011/11/linfluence-des-medias.html>

Auteure : [Andréa Deruyver](#)

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

www.cpcp.be



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Rue des Deux Églises 45 - 1000 Bruxelles

T : 02/238 01 27

info@cpcp.be

© CPCP asbl - 2015