

LES MÉDIAS ET LA CRÉATION DU CONSENSUS SELON NOAM CHOMSKY

Ibrahim OBOUMOU

Enseignant chercheur, Maitre de Conférences
Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)
ioboumou@yahoo.fr

Hodian Naddia COULIBALY

Doctorante
École doctorale Société, Communication, Arts, Lettres et
Langues (SCALL)
Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Résumé

Dans ce que nous présente la plupart des médias, entre désaccords politiques, crises humanitaires et crimes de guerre à répétition, il apparaît que la stabilité politique est un sujet préoccupant. Également, il apparaît que le maintien de la paix est devenu un défi important pour nos sociétés. Ainsi, à l'affut de ce qui heurte et fait sensation, les médias sont-ils pour autant les ennemis de la stabilité politique ? Sont-ils à l'origine de l'afflux des dissensions sociales ? Par une approche analytique et critique, nous mettrons en évidence la dynamique de la construction d'un consensus social authentique, dans un contexte social, où les médias privés notamment sont au sommet de la pyramide du système d'information.

Mots clés : Médias, communication transparente ; consensus ; droits de l'homme ; fabrication du consentement ; liberté.

Abstract

Amid political discord, humanitarian emergencies, and the recurrence of war crimes, the accounts delivery by most media, clearly, reveal that political stability is a source of deep concern. Similary, the maintenance of peace has emerged as a significant challenge for modern societies. Consequently, as media relentlessly seek what schocks and draws attention, can they be deemed adversaries of political stability ? Are they at the root of rising social dissent ? By means of an analytical and critical lens, we aim to uncover the process by which genuine social consensus is constructed, particulary within a context where private media occupy the apex of the informational structure.

Key words : Media, transparent communication ; social consensus ; human rights ; manufacturing consent ; freedom.

Introduction

En tant que vecteur d'information et de communication, les médias ont un rôle important à jouer dans la construction du consensus social, la promotion de la paix et la préservation de la stabilité politique. Fort de cela, ils demeurent des outils de dialogue et, potentiellement, un facteur essentiel du dialogue socio-politique, du dialogue interculturel et de la création du consensus sur les phénomènes sociaux. De prime à bord, dans le schéma structurel de nos défis contemporains, les médias représentent un dispositif majeur dont l'impact n'est pas négligeable. Ils servent de dispositif pour animer la vie politique et la société, plus globalement. Ainsi, une quelconque quête de cohésion sociale est

ineluctablement liée à la posture systématique de nos médias. S'ils sont orientés en faveur de la classe dirigeante, ils parviennent à créer le consensus ou l'accord autour des dirigeants. Si au contraire, ils défendent des intérêts opposés, ils créent, par le même procédé, le consensus autour des idées contraires à celles propagées par les dirigeants. Dans les deux cas de figure, on s'accorde sur le principe qu'ils sont doués pour créer le consensus, sur des faits, autour des phénomènes, sur des politiques. Néanmoins, dire que les médias créent l'accord ne signifie pas qu'ils veillent à l'application de ce qui est politiquement correct, ou encore, de ce qui est juste, du point de vue de la justice sociale. Alors, les médias contribuent-ils à la création d'un consensus social favorable à la stabilité politique et à la paix ? En quoi sont-ils des outils de la fabrication du consentement selon N. Chomsky ? Comment peuvent-ils contribuer à résorber les crises politiques et d'ordres diplomatiques, s'ils sont au service des dirigeants ? Dans quelle mesure les médias privés peuvent être les promoteurs de la démocratie et du vivre-ensemble ?

Dans cette étude il s'agira, dans un premier temps, d'identifier les implications philosophiques du consensus social, rattaché à la théorie de la fabrication du consentement, chez N. Chomsky. Ensuite, nous présenterons les médias comme des outils de sensibilisation aux enjeux sociaux, économiques et politiques de la guerre, c'est-à-dire les présenter comme les instruments de la recherche de la paix et de la démocratie. Enfin, à travers une démarche analytique et critique, nous montrerons que la création d'un consensus social authentique, fondé sur le respect de la

diversité, est essentielle pour le maintien d'un climat socio-politique apaisé.

1. Les implications philosophiques du consensus

Le consensus est le consentement universel. Il est un « accord de tous les hommes sur certaines propositions, en tant qu'on le considère comme preuve de leur vérité » (A. Lalande, 1997, pp. 176-177). Suivant cette définition, il n'est pas étonnant que le consensus social soit réduit à un « accord social conforme aux vœux de la majorité », comme le souligne P. Robert (2015, p. 838). Ainsi, le consensus social n'est pas en contradiction avec le respect des libertés individuelles. En effet, il est la représentation symbolique de l'accord conventionnel de la majorité des individus, en vue d'un intérêt collectif. En d'autres termes, il est l'accord, dit informel, de la majorité. Ce rapport, se rapproche d'un accord unanime qu'on obtient à l'issue de la confrontation des opinions divergentes et des points de vue divergents, sans une classification officielle. En fin de compte, le consensus social est surtout la représentation de la « convergence générale des opinions », selon Gérard Cornu (J. Doucet, 2013, p. 716).

En outre, les libertés individuelles étant l'ensemble des droits et libertés reconnus à tous les individus, sans aucune distinction (discrimination), le consensus ne doit jamais être un alibi évoqué pour dissimuler la violation des libertés. Il doit, parfaitement, obéir au principe de l'épanouissement et la satisfaction des libertés individuelles. D'ailleurs, c'est ce qui confère au consensus sa légitimité ainsi que son authenticité. Autrement dit, le consensus social

signifie que les individus acceptent, de façon volontaire, de se conformer à des normes communes, qui n'obstruent aucunement le chemin de l'épanouissement de leurs libertés individuelles. Par exemple, si nous acceptons qu'une réforme sanitaire soit initiée, en Côte d'Ivoire, pour permettre aux personnes en état de précarité extrême, de prétendre à un traitement égal à celles qui se trouvent au-dessus de l'échelle sociale, le consensus social voudrait que cette réforme soit discutée à l'assemblée nationale et qu'elle fasse l'objet de vifs débats au sein de l'opinion public. Des sondages doivent être effectuées par des voies légales et à travers des outils fiables, afin que le problème soit posé et traité dans toute sa dimension. Cela doit transparaître dans les discours officiels diffusés par les médias d'État, dans les grands titres de la presse écrite, dans les émissions télévisées et dans les forums de discussion sur Internet. La question de cette réforme doit aussi être traitée lors des débats sur les sujets politiques, où les sujets qui sont de l'ordre à animer la vie politique. Ainsi, le consensus authentique s'observe par la vivacité de la collaboration entre les institutions étatiques, gouvernementales et la société civile. Il s'observe, également, par la transparence de la communication entre les citoyens et leurs dirigeants, entre les populations et ceux qui sont censés les représenter.

Sous ce rapport, les implications philosophiques du consensus social renvoient à deux théories distinctes. D'abord, le consensus social doit être fondé sur le respect des droits et libertés, ce qui sous-entend l'idée que l'existence d'un consensus social doit être perçue à travers l'homogénéité et non l'homogénéisation des pratiques et

habitudes socioculturelles établies sur le principe de la diversité et la pluralité. À la première implication se trouve juxtaposée une autre, qui s'attaque subtilement aux racines du consensus social. Tirant son origine des analyses de l'analyste politique et critique des médias, N. Chomsky, cette deuxième théorie présente le consensus social comme un accord artificiel fondé sur le consentement fabriqué des individus. Dans la perspective chomskienne, ce qui devait être le consentement de la majorité, c'est-à-dire un accord proche de l'unanimité, devient une violation sournoise de la liberté de pensée des individus. Le consensus social est, de ce fait, loin de ce que les envolées lyriques et les épopées des acteurs politiques, les déclarations tendancieuses de nos magnats des affaires, décrivent. Dans la réalité, le vocable consensus social évoqué en boucle et abusivement par les personnalités politiques, par les acteurs de la société civile, est un consensus créé par les mêmes qui fabriquent notre consentement.

Le peuple doit se soumettre à ses gouvernants, et il suffit pour cela qu'il donne son consentement sans consentement. Au sein d'un État tyrannique, ou à l'étranger, on peut faire usage de la force. Quand c'est plus difficilement envisageable, il faut obtenir l'accord des gouvernés par ce que l'opinion progressiste et libérale appelle la « fabrication du consentement. (N. Chomsky, 2002, p. 88).

Suivant cette logique, la fabrication du consensus est possible comme l'est la fabrication du consentement. En d'autres mots, la fabrication du consensus revient à nous ramener à des opinions spécifiques préétablies, par ceux qui

sont au sommet de la pyramide sociale, sans avoir à employer la force ou encore la violence comme cela se ferait aisément dans un État totalitaire. Pour N. Chomsky, chez qui l'on trouve les sources de cette implication, à travers sa théorie de la fabrication du consentement, évoquer constamment la théorie du complot décourage et éloigne l'intellectuel de l'analyse. Pour cela, il nous invite à mener une simple analyse institutionnelle pour comprendre que le consentement en démocratie, au même titre que le consensus social, peut être totalement orchestré, telle une pièce de théâtre, par un mécanisme mis en place à cet effet. Animant la vie internationale et les relations publiques, l'industrie des relations publique est chargée d'assurer subtilement le bon déroulement de ce mécanisme, par le détournement et l'instrumentalisation des médias, en alignant les medias privés à la propagande des médias d'États. De ce fait nous pensons, comme E. Bernays (2007, p. 88), que les influences sociales sont déterminantes dans la formation de l'opinion publique. « L'homme étant de nature grégaire, il se sent lié au troupeau, y compris lorsqu'il est seul chez lui, rideaux fermés. Son esprit conserve les images qu'y ont imprimées les influences sociales » (E. Bernays, 2007, p. 88).

Par ailleurs, l'alignement des médias privés aux médias d'État constitue un danger, pour la création d'un consensus social authentique. Cette facheuse réalité compromet la véritable liberté de la presse, l'objectivité et l'impartialité de l'information. En effet, l'absence de pluralité et de diversité dans les médias encouragent l'uniformisation des pensées, ce qui est dangereux pour la démocratie et peut être source d'accroissement des dissensions. Lorsque les médias privés suivent la ligne éditoriale des médias d'État,

ils imitent ceux-ci et limitent ainsi la diversité des opinions et des perspectives présentées au public. De la sorte, le panorama des opinions sociales convergent vers les mêmes idées, les mêmes opinions, les mêmes théories, les mêmes points de vues, les mêmes idéologies, les mêmes perspectives de réflexion. Aussi, la convergence des perspectives de réflexion détériore, non seulement la beauté de la pensée critique, mais cela met aussi à mal notre capacité d'acceptation de l'autre, parce qu'il est différent et éloigné du cadre formel qui nous est présenté comme conventionnel. C'est ainsi que les médias rendent difficile la création d'un consensus social authentique, fondé sur une variété de points de vue et d'opinions. Il devient, donc, fondamental et urgent de veiller à ce que le consensus social soit construit sur la base du respect de la pluralité des points de vue et la promotion de la tolérance, bien au-delà des désaccords idéologiques qui font fonctionner la démocratie.

1.1. Le consensus social et la fabrication du consentement

Le lien entre le consensus social et la fabrication du consentement réside dans le fait que la fabrication du consentement biaise le consensus. Le consensus, ce n'est pas l'acceptation passive, mais l'acceptation active de la contradiction. C'est consentir à des décisions, se conformer à des normes, établir une convention, dans l'intérêt de la collectivité. Pour N. Chomsky, les médias servent à créer un consensus passif, dans la mesure du possible. Ils protègent les intérêts de l'élite plutôt que ceux des collectivités. Ils dénaturent le sens du consensus. Ils altèrent, avec subtilité, la valeur du consentement par l'annihilation de la liberté de

pensée et de choix. La « véritable liberté de choix implique notamment la possibilité de choisir parmi les options qui ne soient pas exclusivement proposées » (N. Chomsky, 2008, p. 37). En effet, le consensus social cache souvent une manipulation des masses par le biais des campagnes de désinformations menées par les médias. Les médias sélectionnent les informations à diffuser et ils diffusent, de manière répétitive, la propagande des dirigeants. Nous nous surprenons finalement à nous soumettre, spectaculairement, à des idées ou des politiques qui ne servent qu'à une minorité et qui vont à l'encontre de nos propres intérêts ou valeurs. Ainsi, une collaboration étroite entre les entreprises de médias et les gouvernements n'est pas toujours saine. Elle traduit parfois un système organisé pour contrôler l'opinion publique. « Les radios et les télévisions sont toutes soumises à l'autorisation et à l'attribution des fréquences par l'administration » politique (N. Chomsky, 2008, p. 44), ce qui peut être jugé absolument légal. Cependant, ces autorisations représentent, officieusement, des instruments légaux dont se servent les dirigeants pour « discipliner les médias et les politiques éditoriales qui s'écartent un peu trop des orientations de l'establishment », selon N. Chomsky (2008, p. 44).

Le contrôle des médias et leur instrumentalisation est redoutable étant donné qu'ils sont une importante source d'influence sociale. Alors, il n'est pas agréable de savoir qu'ils « sont utilisés pour mobiliser un vaste soutien aux intérêts particuliers qui dominent les sphères de l'État et le secteur privé » (N. Chomsky, 2008, p. 13).

Le pouvoir des médias pour façoner les croyances et les décisions est réel. Ils ont le pouvoir de créer l'illusion d'un

consensus social, ils peuvent façonner le consensus social. Autrement dit, les accords consensuels ne découlent pas essentiellement de la confrontation des opinions divers, comme on serait tenté de croire. Les médias font naître une certaine forme de conformité dans les actions et une uniformisation de la société, en régulant les comportements individuels en vue de les aligner à ceux du groupe. Ils sont des constitutifs de ce système élaboré pour modeler le consensus par la fabrication du consentement, pour créer un consensus social artificiel dénué de toute authenticité. Par conséquent, la manipulation consciente de la pensée, des opinions, des habitudes, n'est pas une fiction et n'est pas valable que pour les sociétés démocratiques. Ainsi, un dit consensus social est à prendre avec des pincettes car, il peut aussi bien s'agir d'un consentement factice, obtenu à la suite de la violation d'une liberté individuelle fondamentale : la liberté de pensée. Le caractère factice dont il est ici question peut s'observer dès lors que nous ne consentons pas à opérer tel choix, mais nous ne manifestons pas notre désaccord par les voix autorisées, restant passifs et inactifs. Subséquemment, on parvient à conclure qu'il y a consentement social et consensus social, malgré la passivité et les silences individuels.

Lors des campagnes politiques, les acteurs politiques, au-delà de prononcer des discours officiels de campagne électorale, utilisent les médias pour manipuler la grande majorité de leurs potentiels électeurs. Ils fabriquent le consentement des citoyens afin de construire leur base électorale. Ils nourrissent les illusions et la passions de ceux qui leur donneront, aveuglément, leur vote. Les révélations du philosophe E. Bernays (2007, p. 44) sont claires à cet

effet. Il soutient que « nous sommes pour un large part gouverné par des hommes dont nous ignorons tout, qui modèlent nos esprits, forgent nos goûts, nous soufflent nos idées ». Par notre passivité en politique, nous acceptons, silencieusement, « que nos dirigeants et les organes de presse dont ils se servent pour toucher le grand public nous désignent les questions d'intérêt général » (E. Bernays, 2007, p. 46) et définissent la proportion de choix réalistes vers lesquels ils nous orientent. Sans en être conscient et sans le vouloir, « la société consent à ce que son choix se réduise aux idées et objets portés à son attention par la propagande de toute sorte », note E. Bernays (2007, p. 47).

Dénormes efforts quotidiens sont, ainsi, déployés, pour capter nos esprits en faveur d'une politique, peindre un tableau irréprochable des dirigeants dans l'optique d'accroître leur notoriété et les rendre plus admirable aux yeux de la société. Ces efforts passent par l'instrumentalisation des médias, qui parviennent à créer le consensus social autour des personnalités perfides et des mauvais dirigeants politiques. En outre, l'avocat Frédéric J. Doucet, du Tribunal des droits de la personne du Québec, dénonce le fait que des mécanismes de création de consensus et de fabrication de consentement soient manœuvrés même au sein de la grande instance qu'est la Cour européenne des droits de l'homme. Comme il en a fait cas, la Cour européenne des droits de l'homme s'est arrogée, à de nombreuses reprises, le pouvoir d'occulter l'absence de consensus, en créant un consensus chaque fois qu'elle en ressentait le besoin. À cet effet, il a indiqué sans détour que la « Cour européenne ne justifie que très peu son recours au consensus, y faisant référence de façon sporadique et non

uniforme, parfois en indiquant sommairement les sources lui ayant permis de dégager un consensus, d'autres fois sans donner d'information aucune » (F. J. Doucet, 2013, p. 730).

Il semble, pour J. Doucet, que la haute instance judiciaire qu'est la cour européenne fait un usage discrétionnaire et abusif de la notion de consensus. F. J. Doucet (2013, p. 730) relève que « dans plusieurs affaires, pour la plupart très critiquées, la cour européenne affirmerait l'existence d'un consensus alors qu'il n'y en aurait pas ou, au contraire, l'absence d'un consensus alors qu'en réalité, il s'en dégagerait un ». Dans une affaire juridique citée dans ce cadre, dite affaire Marckx c. Belgique, la Cour affirmait par exemple l'existence d'un consensus au sein des États membres du Conseil de l'Europe, alors qu'il n'en existait pas un véritablement. Pourtant, la Cour européenne y dégage un consensus international, en se fondant sur l'entrée en vigueur des textes internationaux qui n'ont été ratifiés que par une minorité des États membres du Conseil de l'Europe et qui, de plus, sont entrés en vigueur suite au dépôt de la requête dirigée contre la Belgique. Il en va de même dans les affaires König c. Allemagne et Oztürk c. Allemagne, dans lesquelles la Cour aurait affirmé l'existence d'un consensus relatif au sens de la notion de droit civil, lorsqu'au même moment, un « examen attentif des données du droit comparé montrerait qu'il n'existe pas aujourd'hui de dénominateur commun dans le sens envisagé par l'arrêt » (F. J. Doucet, 2013, p. 731). La notion ne « trouve aucun fondement dans les systèmes de droit de la grande majorité des Etats contractants » pour F. J. Doucet (2013, p. 732). Après ces exemples, il nous semble cohérent d'évaluer la valeur intrinsèque et le sens que nous recherchons quand nous

parlons de consensus social. Le consensus social ne se limite pas à un simple accord, il est encadré par des fondements théoriques.

Fondé sur des principes fragiles, il ne sert qu'à nourrir les frustrations individuelles et enracer les tensions ou les dissensions sociales. Aussi crédibles qu'elles puissent paraître, les grandes instances juridiques ne sont pas complètement en marge de cette exploitation disgracieuse et abusive du consensus social. Lorsqu'il s'agit de servir les intérêts des dirigeants, les manœuvres stratégiques, très souvent, par la violation des libertés individuelles.

1.2. Le consensus social et le respect des libertés individuelles

Le consensus social n'est pas authentique lorsqu'il ne repose pas sur le principe du respect des libertés individuelles. Il est purement un contrat social, un contrat à l'image de celui présenté par le philosophe J.J. Rousseau (1996, p. 53). Il s'agit de « trouver une forme d'association qui défende et protège de toute la force commune la personne et les biens de chaque associé, et par laquelle chacun s'unissant à tous n'obéisse pourtant qu'à lui-même et reste aussi libre qu'auparavant ». Le consensus social est, par conséquent, conforme au respect des libertés individuelles. Il peut contribuer à instaurer un climat de paix, si ses fondements sont les mêmes que les fondements du contrat social énoncés par J.J. Rousseau. Sans des fondements solides, soucieux de l'épanouissement des libertés individuelles, le consensus social ne peut être qu'un triste reflet de l'idéal que nous envisageons en évoquant continuellement ce concept, dans

son sens sociologique et historique. Sous cet angle, en tenant compte de la possibilité de la fabrication du consentement par les médias, un consensus social respectant les libertés individuelles et les droits de l'homme est une exigence.

Le respect des droits de l'homme apparaît incontournable, non seulement dans la construction d'une forme d'association qui valorise la dignité et l'égalité, mais surtout, qui assure la survie d'un État de droit. Le respect des droits de l'homme permet la promotion de la paix et la pacification des rapports interindividuels, interculturels et diplomatiques. Selon le premier alinéa de l'article 18 de la Déclaration universelle des droits de l'homme: « toute personne a droit à la liberté de pensée, de conscience » (Nations unies, 2015, p. 47). Ensuite, l'article 19 déclare que « tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées » (Nations unies, 2015, p. 49). Ainsi, la liberté de pensée, de conscience, la liberté d'opinion et d'expression s'établissent en tant que des droits inaliénables. Ils sont des droits ou libertés dont le respect est une obligation, au sein de la société et pour chaque État. Leurs applications permettent à chaque individu de s'épanouir, pleinement, au sein de sa communauté et s'y sentir en sécurité. Dans la déclaration universelle des droits de l'homme, l'importance des conditions de réalisation des libertés individuelles est mise en évidence au même titre que l'importance pour chaque humain de vivre dans la dignité. Vivre dans la dignité, c'est avoir le droit de prendre part à la direction des affaires publiques, le droit d'accéder dans des conditions d'égalité

aux fonctions publiques, le droit à la sécurité sociale et au libre choix de son travail, le droit à l'éducation et au divertissement, enfin le droit de faire valoir sa citoyenneté, en participant à des élections transparentes. Par élections transparentes, comprenons des élections qui ont lieu périodiquement, se font au suffrage universel et sont conformes aux lois et règlements en vigueur.

C'est à travers le respect de ses libertés, que chaque individu peut s'épanouir pleinement. Sous ce rapport, c'est lorsque le consensus social tient compte des libertés individuelles qu'il est authentique, crédible. Il est crédible dans la mesure où il se construit dans un cadre participatif. Un cadre dans lequel chacun participe activement à la vie politique et peut prendre ses propres décisions car, « la finalité de la démocratie, c'est que les gens puissent décider de leur propre vie et des choix politiques qui les concernent » (N. Chomsky, 2007, p. 8). L'harmonie sociale et la paix durable se trouvent ainsi garanties, lorsque les libertés individuelles sont prises en considération dans les accords communs établis, en vue de mieux organiser la société et la faire avancer. Construire une paix durable et mettre fin aux frustrations qui sont généralement à l'origine des guerres, des révoltes et du trouble à l'ordre public constituent les objectifs sous-jacents du consensus social authentique. L'état de paix est, tout d'abord, l'effacement et l'anéantissement des frustrations, par la répartition juste et équitable des richesses. C'est aussi ce qui renforce la stabilité socio-politique. La stabilité socio-politique s'observe par l'affaiblissement de la corruption et de l'injustice, la bonne gouvernance et l'effectivité d'une

communication transparente entre les dirigeants et les populations.

2. Les médias comme dispositif social de la création d'un consensus authentique

Les actions des médias n'ont pas toujours des effets pervers sur l'opinion publique. Objectivement, on peut considérer que les choix éditoriaux de certains médias sont seulement guidés par la volonté d'éveiller la conscience collective, sur des réalités existentielles qui rongent le tissu social. Alors, la médiatisation de la barbarie, des actes de violence, des atrocités des scènes de guerre n'a pas forcément pour but d'amorcer les tensions sociales. Ainsi que le disait D. C. Boni (1997, p.282), les médias « mettent souvent le doigt sur ce qu'il ne faut pas faire ». Leur influence, de ce fait, semble crucial et utile pour la création du consensus. Bien qu'ils contribuent, parfois, à entretenir et nourrir les situations de crises, ils font partie intégrante du nouveau dispositif instauré pour rendre la démocratie fonctionnelle. En effet, les médias représentent, dans leur ensemble, un cadre moderne d'éducation au sein de la société, après la famille et les religions. En revanche, parce qu'ils ont la fâcheuse tendance à mettre l'accent sur certains événements, choquants et violents, nous en déduisons qu'ils sont à l'origine de l'afflux des dissensions, en lançant des combustibles sur les flammes de la guerre. Dans ce dessein, leur objectif serait d'étendre les guerres. Pourtant, les médias sont assez souvent favorables à l'instauration d'un climat socio-politique apaisé et à la création d'un consensus utile.

2.1. Les médias privés comme dispositif social d'une communication transparente

Aussi puissants qu'ils soient, les médias « n'ont pas pour vocation de guérir la société de tous ses maux, de ses paresseuses, de ses indifférences, de ses intolérances ou de ses inégalités » F. Balle p. 95. Toutefois, ils ont *a minima* la vocation d'éduquer et la responsabilité de consolider la paix, s'il ne leur revient pas directement de veiller à la garantir. S'ils sont consacrés à couvrir les initiatives de médiation pacifique dans la gestion des conflits, s'ils mettent en avant, sans cesse, les efforts de paix de tous les acteurs qui animent la vie politique et les relations internationales, les médias créent un véritable consensus social sur des sujets essentiels. Ils parviennent à créer une dynamique sociale positive et constructive, en ce qui concerne la promotion de la culture de la paix.

Le rôle des médias dans l'éducation des individus et dans la formation de leurs opinions est fondamental au XXI^e siècle. Alors, dans la quête de cohésion sociale et de stabilité politique, les médias deviennent des éléments clés. Ils rendent perceptible la pluralisme politique et la diversité au sein de la société. En dépit des polémiques et des nombreuses critiques dont ils font l'objet, ils sont des outils d'émancipation. En effet, le type de société dans lequel nous vivons « requiert l'existence d'un système de communication efficace, aux ramifications étendues, qui informe et mobilise l'ensemble des citoyens et les amène à participer réellement à la vie politique », comme le disent si bien N. Chomsky et R. McChesney (2004, p. 101). Ce système, s'il fonctionne bien, est utile pour créer le consensus social authentique que nous

recherchons, celui que souhaite N. Chomsky. L'avènement des nouveaux médias, en vue d'étendre le système de communication et d'information, par ailleurs, accroît davantage l'influence sociale des médias. La recherche d'un climat socio-politique apaisé passe par la promotion des droits de l'homme, la justice sociale et la coopération internationale. Mais, à notre époque, elle passe notamment par l'expansion des médias dissidents qui sont, en majeur partie, des médias privés. Les médias sont les outils de la démocratie s'ils portent convenablement les opinions dissidentes. Ils donnent la parole à ceux qui ne l'ont pas dans les médias publics, appareil de l'État.

Les affrontements conventionnels se sont mués en guerres asymétriques, cybernétiques (non conventionnelles). De plus, le changement climatique ajoute une nouvelle dimension aux défis sécuritaires rangés, jusqu'alors dans les placards des dirigeants. Enfin, la prolifération des groupes terroristes rend le paysage géopolitique plus fragmenté et instable. Malheureusement, les institutions nationales et internationales traditionnelles conçues pour lutter contre ces guerres de divers natures paraissent échouer, vue qu'elles peinent *a posteriori* à répondre à ces défis nouveaux. Ce qui limite la diligence de leur médiation dans les conflits politiques et les crises (socio-culturelles, socio-économiques, humanitaires) modernes. Le potentiel des médias de servir de force positive, pour un changement social profitable à la collectivité, n'est pas fictif. En réalité, à côté des efforts individuels, les médias sont des outils indispensables pour le fonctionnement de la démocratie et l'établissement d'une société de confiance. *De facto*, ils constituent des instruments sociaux servant à créer un consensus social

authentique. En respectant des normes éthiques, en étant objectifs, neutres et transparents dans la diffusion de l'information, les médias instaurent une relation de confiance avec le public. Ceci a pour conséquence de renforcer la crédibilité des médias et favoriser un dialogue constructif au niveau local et national. En effet, en favorisant la diversité des opinions et en mettant en lumière des problèmes sociaux importants, de manière transparente et équilibrée, les médias encouragent la réflexion critique et la compréhension mutuelle, facilitant ainsi la construction d'un consensus social solide et durable.

Les médias privés sont importants dans le système de communication et d'information parce qu'ils ne dépendent pas des subventions gouvernementales. Ils ne sont pas directement financés par l'État, ce qui leur permet de travailler plus librement et de déterminer leur ligne éditoriale. D'ailleurs, N. Chomsky (2007, p. 8) notait que « la réalisation de profits est une pathologie de nos sociétés, adossée à des structures particulières. Dans une société décente, éthique, ce souci du profit serait marginal ». Heureusement, les médias privés rendent possible la diffusion d'informations variées, les traitent objectivement et sous tous les angles. À ce titre, ils enrichissent les débats publics, en couvrant un large éventail de sujets, même les plus houleux, des sujets susceptibles de mettre à nu des déviations de certains dirigeants. Ainsi, ils construisent la diversité d'opinion, étendent notre liberté de pensée et de choix dans la multitude d'idéologie proposée. Dans cette perspective, les médias privés deviennent un dispositif social crucial permettant une communication transparente. Bien qu'ils ne soient pas à l'abri des critiques virulentes et des

théories du complot, en raison de leur orientation commerciale qui occupent une grande part de leur ligne éditoriale, ils restent les meilleurs outils dont la société civile dispose pour contrecarrer les médias qui sont instrumentalisés par l'État.

En outre, la transparence de la communication doit avoir des limites. La transparence effective souhaitée ne signifie pas la surveillance accrue, curiosité malsaine, intrusions grotesques dans la vie privée, violation de la raison d'État. Il s'agit de faire preuve de sincérité et de dire la vérité, non pas conformément à des sentiments personnels, mais par rapport à la concordance entre le récit et la nature de l'évènement rapporté. Tout bien considéré, les médias privés peuvent-ils être réellement indépendants, c'est-à-dire s'extraire du contrôle des dirigeants, lorsque leurs propriétaires affichent parfois ouvertement leur proximité avec l'élite politique. C'est le cas pour le propriétaire du réseau social privé twitter (devenu X), Elon Musk, qui affichait ouvertement son soutien au candidat républicain américain Donald Trump lors des présidentiels de 2025. Il a utilisé son réseau social, comme moyen, pour influencer l'opinion publique en faveur de son candidat et ami Donald Trump. Certes, son influence sur sa propre plateforme n'est, d'aucune manière, comparable, à l'influence que pourrait avoir une action similaire dans des médias traditionnels. Elon Musk, n'est pas l'unique émetteur d'information sur son média, comme ce serait le cas pour un média obéissant à un système pyramidal (un émetteur-un transmetteur et un ou plusieurs récepteurs). Son influence n'est pas négligeable, mais elle reste insignifiante. Autrement dit, l'expression de son opinion et la manifestation de ses choix politiques sur

une plateforme, où se trouve plusieurs émetteurs, n'entraînent pas la liberté d'opinion et d'expression des autres utilisateurs de la plateforme. Les médias privés existent pour « libérer la parole et favoriser le dialogue argumenté » (F. Esposito, 2023, p.15).

Pour que les médias puissent participer à la création d'un consensus social authentique, il faut observer certaines règles. Parmi ces règles, il faut, en premier lieu, que les médias favorisent la liberté d'expression (pouvoir dire ce que l'on souhaite dans un cadre réglementaire) et la liberté d'opinion (pouvoir penser ce que l'on veut et l'exprimer). Il faut ensuite qu'ils participent au dialogue car « le dialogue est la forme de la libre expression, il est ouvert à tous sans préjugé » F. Esposito (2023, p. 15). Ce faisant, les médias ne peuvent pas tout faire. Ils ne sont pas en mesure de contrôler nos pulsions et réguler nos passions.

Véritablement :

Pour attendre des médias qu'ils jouent un rôle qui n'est pas le leur, on prend le risque de les empêcher de jouer le rôle qui devrait être le leur. On ne peut leur demander de vaincre à eux seuls nos ignorances, nos différences et nos intolérances. Dans ce combat, ils ne sont même pas en première ligne. (F. Balle, 2017, p. 79).

Ce que nous attendons des médias, surtout des médias privés, c'est d'être conformes à l'éthique et à la déontologie. Leur rôle est d'informer, non de protéger, de former au lieu d'endoctriner, de divertir que d'abrutir. Ils sont les instruments de la société dans sa globalité. Ils doivent donc se donner pour mission de travailler à la faire avancer.

2.2. Les médias privés, outils de la démocratie

L'organisation et le fonctionnement de l'État n'est pas sous l'emprise absolue des organes d'information. Il n'en demeure pas moins que ces organes d'information peuvent être voués à poser les piliers de l'État de droit, ce qui implique que l'État veille à respecter et à appliquer les lois de manière équitable pour tous les citoyens, y compris pour les dirigeants politiques. L'État de droit garantit la protection des droits individuels, la limitation du pouvoir gouvernemental et l'existence de mécanismes juridiques pour faire respecter et appliquer les droits de l'homme. La médiocratie n'est pas une utopie même si nous convenons avec F. Balle (2017, p. 91) que « l'invocation d'un quatrième pouvoir repose sur un malentendu ». La réalité évidente est que :

L'influence des médias peut paraître mystérieuse, tant elle est difficile à mesurer ou à évaluer, après coup, et impossible a fortiori, à prévoir : elle ne dépend pas seulement de ce que les gens « font » des médias ; elle dépend de ce qu'ils en attendent ou de ce qu'ils en espèrent ; elle dépend enfin de ce qu'ils « pensent » (F. Balle, 2017, p. 91).

Il en ressort que l'influence des médias sur nos opinions dépend en partie de la confiance que nous leur accordons. En d'autres termes, si nous avons une perception positive des médias et que nous les considérons comme fiables, nous serons plus enclins à accepter et intégrer les informations qu'ils diffusent dans l'expression de nos opinions. En revanche, si nous avons des doutes sur leur impartialité ou leur fiabilité, nous serons davantage susceptibles de

remettre en question les messages qu'ils diffusent et répandent partout. Ainsi, notre perception des médias jouera un rôle clé dans la manière dont nous recevons et interprétons les informations qu'ils nous transmettent. Mieux, les médias ne nous orientent pas, c'est nous qui nous orientons vers eux selon ce que percevons et ce que nous recherchons.

Néanmoins quelle que soit la portée de l'influence des médias quant à nos orientations idéologiques, nous sommes unanimes que des médias responsables et respectueux de l'éthique ont, assurément, une influence positive sur la société. Nous devons donc prendre conscience qu'ils ne seront, réellement, efficaces dans leur mission que si le contexte social est en accord avec cette mission. Il est regrettable que des outils aussi puissants puissent être utilisés à des fins indécentes, au moment où, ils pourraient permettre de faire face à des enjeux sociaux et résoudre des problèmes essentiels. Il importe que les médias mettent encore l'accent sur l'importance de la culture de la paix, en dénonçant les atrocités des guerres. Autrement dit, ils doivent s'assurer de porter le rôle d'équilibriste, de promoteur du pluralisme. D'ailleurs, les médias ont une responsabilité dans les tensions socio-politiques. La responsabilité des médias se situe dans le fait qu'il leur appartient de « fournir l'information de sorte qu'elle exprime un frein ou un refus » (1997, p. 283) d'acceptation l'état de guerre. En fait, la culture de la paix est le refus de la guerre. En conséquence, par leur pouvoir de façonner les perceptions, de sensibiliser et d'éduquer le public sur des questions relatives à la cohésion sociale, en mettant en lumière les initiatives de réconciliation et, en donnant la

parole à différentes parties prenantes, les médias peuvent contribuer à créer un consensus social favorable à la promotion de la paix et à la résolution des conflits.

Dans le contexte de la guerre en Ukraine, entre autres, les médias pouvaient mettre en avant plusieurs éléments pour promouvoir la paix. Tout d'abord, diffuser les défis auxquels les victimes de cette guerre sont confrontées au quotidien. Ensuite, orienter la couverture médiatique vers des initiatives montrant les efforts de paix et favorisant le dialogue, la réconciliation entre les différentes parties impliquées, ou encore, tenir des émissions portant sur les actions entreprises par les collectivités en guise d'aide humanitaire. Il faut également faire intervenir des experts, en gestion de conflits, et des spécialistes en gestion de crise humanitaire pour que des solutions puissent être proposées. Parler abusivement des offensives russes ou ukrainiennes, identifier les potentiels menaces nucléaires qui sont susceptibles d'entrer en jeu, avancer des propos qui tendent à intimider l'une des parties impliquées dans la guerre, amplifient les tensions et les dissensions. Au contraire, en fournissant une couverture équilibrée et objective du conflit, en évitant la propagation de la désinformation et en encourageant le débat constructif, on incite les belligérants à cesser le conflit qui les oppose. De plus, le travail des organisations non gouvernementales qui œuvrent pour la médiation et la résolution pacifique des conflits, intensifient les appels à la négociation entre les gouvernements concernés et promeuvent la réconciliation à travers des initiatives de sensibilisation et d'éducation à la paix, doit davantage apparaître en première couverture, dans les médias.

Conclusion

L'alerte du sociologue français F. Balle (2017, p. 112) est sensée, « les médias sont des outils, et seulement des outils. Entre les médias et l'usage qui en est fait, il y a une demande qui s'exprime sur un marché ; il y a aussi une culture qui donne à cette demande son véritable sens, son ultime signification ». Mais, il demeure que les médias possèdent la force phénoménale de rassembler, d'accorder, de réunir les individus, en dépit du tableau sombre par lequel ils sont parfois dépeints. Ils sont, médias d'État et médias privés, les outils officiels et indispensables de la communication. Ils sont selon leurs possibilités, les facteurs essentiels de la construction d'une paix durable, à l'ère de la complexité de la vie sociale engendrée par les problématiques d'ordre économiques et par les incohérences politiques.

Pour notre part, les médias privés peuvent contribuer largement à la création d'un consensus social authentique, en mobilisant leur influence autour de la promotion des libertés individuelles. Les médias ne servent pas que d'outils d'émancipation, ils sont aussi les outils de la démocratie. Bien qu'il paraisse dérangeant de surestimer leur influence, en nous comportons comme si nous sommes leurs instruments, il n'est pas non plus rassurant de prétendre qu'ils sont nos instruments.

Références bibliographiques

BALLE Francis, 2017. *Les Médias*, Presses universitaires de France, Paris.

- BERNAYS Edward**, 2007. *Propaganda : comment manipuler l'opinion en démocratie*, Éditions La Découverte, Paris.
- CHOMSKY Noam**, 2002. *Le profit avant l'homme*, Fayard, Paris.
- CHOMSKY Noam et McCHESNEY W. Robert**, 2004. *Propagande, Médias et Démocratie*, Écosociété, Montréal.
- CHOMSKY Noam**, 2007. « Le lavage de cerveaux en liberté. Plus efficace encore que les dictatures : Entretien avec Daniel Mermet », in *Le Monde diplomatique*, publié dans www.chomsky.fr, consulté le 21 mars 2025.
- CHOMSKY Noam et HERMAN Edward**, 2008. *La fabrique du consentement : de la propagande médiatique en démocratie*, Agone, Paris.
- Commission nationale ivoirienne de l'UNESCO**, 1997. *Conflits actuels et culture de la paix*, Presses universitaires de Côte d'Ivoire PUCI, Actes du colloque d'Abidjan.
- DOUCET J. Frédéric**, 2013. « Les origines et les fondements du recours au consensus en droit européen des droits de l'homme », 43 R.D.U.S, pp.709-749.
- ESPOSITO Frédéric**, 2023. « Gouvernance mondiale : Médias et paix, la place des médias et des nouvelles technologies », École itinérante de la paix Séances du 28 février au 1^{er} mars 2023, Jeunesse et Paix, *Global studies Institute*, Université de Genève.
- LALANDE André**, 1997. *Vocabulaire technique et critique de la philosophie. Volume 1, A-M*, 4^e édition, Quadrige/PUF, Paris.
- NATIONS UNIES**, 2015. « Déclaration Universelle des Droits de l'homme », YAK, 72p.
- ROBERT Paul**, 2015. *Le Petit Robert de la langue française, 3000.000 mots et sens, 150.000 synonymes et contraires*,

75.000 étymologies, 35.000 citations littéraires. Texte remanié et amplifié sous la direction de J. Rey-Debove et A. Rey, LEROBERT/La Référence de la langue française, Paris. ROUSSEAU Jean-Jacques, 1996. *Du contrat social ou les principes du droit politique*, Les classiques de la philosophie, Paris.