

Lakhdar YDROUDJ

P
*ouvoir
et idéologie
de
l'information*

Author

BIBLIOTHEQUE DU CERIST

Lakhdar Ydrouj Pouvoir et Idéologie de l'Information



BIBLIOTHEQUE DU CERIST

TABLE DES MATIERES

	Page
INTRODUCTION.....	2
I- FORMES ET AGES DE LA COMMUNICATION.....	11
1 Domaines de la communication	14
2 L'age evolutif des formes de la communication.....	18
2.1 Le bouche à oreille.....	22
2.2 La galaxie Gutenberg.....	23
2.3 Sophistication du direct humain.....	24
2.4 L'expansion de la diffusion.....	25
2.5 La communication de la société.....	30
II- LES GRANDES DOCTRINES DE L'INFORMATION.....	36
1 La théorie autoritaire et l'absolutisme ecclésiastique.....	40
2 La théorie libérale.....	47
3 La théorie de responsabilité sociale.....	55
4 La théorie marxiste: Un appui idéologique.....	58
III- MEDIAS ET STATUT DE LA COMMUNICATION.....	66
1 Opinion publique et univers de signification.....	69
2 La communication idéologique.....	75
3 Limites doctrinales et monopole.....	78
3.1 Théorisation politique de la censure.....	78
3.2 Dialectique pouvoir et liberté.....	81
3.3 Origine de la censure.....	82
3.4 Fondements juridiques de la censure.....	85
4 La censure idéologique des regimes totalitaires.....	87
5 L'information idéologique.....	89
IV- APPROCHE CRITIQUE DES FONCTIONS DE LA PRESSE.....	94

1 La fonction informative.....	96
2 La fonction consultative.....	101
3 La fonction distractive.....	104
4 La fonction éducative.....	107
5 L'"à coté de l'information".....	112
V- LOGICIELISATION DES MASS-MEDIA.....	119
1 Le controle et la coercition de la société.....	122
2 Evasion idéologique et communication.....	125
3 Le conditionnement de l'opinion publique.....	128
VI- CONTEXTE STRATEGIQUE DE L'INFORMATION.....	133
1 Economie de l'information.....	135
2 Facteurs de l'industrialisation de l'information.....	140
2.1 Les conditions juridiques de l'expansion....	143
2.2 Facteur éducatif.....	145
2.3 Facteur technologique.....	146
3 Phases de l'évolution idéologique.....	148
4 Expansion de la communication occidentale.....	150
5 Infrastructure de la communication.....	154
5.1 Les agences de presse.....	158
5.2 La presse écrite.....	163
5.3 L'audiovisuel.....	169
CONCLUSION L'EQUILIBRE DU SENS UNIQUE.....	182
BIBLIOGRAPHIE	

*"LA PRESSE, LORSQU'ELLE EST LIBRE, PEUT-ETRE BONNE
OU MAUVAISE, MAIS ASSUREMENT, SANS LA LIBERTE, ELLE
NE PEUT ETRE QUE MAUVAISE. POUR LA PRESSE, COMME
POUR L'HOMME, LA LIBERTE, C'EST LA CHANCE D'ETRE
MEILLEUR. LA SERVITUDE, C'EST LA CERTITUDE DU PIRE".*

ALBERT CAMUS

INTRODUCTION :

Propulsée au premier plan des préoccupations et des nécessités humaines, la communication en tant que système social jouit d'une importance capitale dans la définition des relations sociologiques entre gouvernants et gouvernés voire même entre sociétés. Ce rapport communicationnel entre l'information communiquée et les groupes sociaux soulève non seulement la problématique fonctionnelle de la communication et ses différents paradigmes, mais aussi le processus méthodologique dont celle-ci est communiquée aux gouvernés.

L'histoire de la communication ne peut être intelligible qu'à travers la documentation de l'histoire des sociétés et son évolution sociale et politique car depuis les temps les plus lointains la communication fait partie des besoins humains.

Les différents âges de celle-ci illustrent clairement ce besoin vital pour l'homme d'être en relation avec ses semblables et son environnement immédiat et lointain. Cette condition de nécessité a rendu l'acte de communiquer une condition de survie, notamment avec le développement des activités de la société. L'évolution a transformé ce besoin en un appui incontestable pour légitimer toute action d'intégration des groupes sociaux dans une tendance politico-idéologique prédéfini dans le système d'ensemble, notamment avec le développement extraordinaire des supports de la communication de masse.

Ainsi, les supports de l'oralité ont cédé progressivement leur place à l'information écrite et périodique qui à leur tour se sont graduellement déclassés au profit des moyens de communication de masse audiovisuels. Produit par une combinaison ingénieuse de l'intelligence humaine, les moyens de communication audiovisuels sont devenus, au fil du temps,

classique qui se justifie par le pouvoir culturel, linguistique et idéologique de l'information et de la communication.

Le pouvoir persuasif de l'information après la guerre mondiale a permis le maintien d'une paix par l'entretien d'une série de messages fortement versés dans des doctrines diamétralement opposées. Ce qui, en langage politique ordinaire, revient à dire que les médias opposés par dogme idéologique sont dotés de pouvoir d'entretenir un climat politique universel, dont la conception dépend des médias eux mêmes.

Le pouvoir d'influence des médias dépend, en fin de compte d'un ensemble de facteurs interactifs qui interrogent à chaque occasion l'opinion publique, la société et ses actions. En d'autres termes, l'influence des médias ne peut-être ressentie effectivement sur la société si celle-ci n'accorde un statut conséquent à la communication.

Pour en revenir à l'importance des médias dans la société, sur les relations publiques internes, et sur les relations internationales, est le fait de "quémander" un Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication (NOMIC) par les pays sous développés afin de diminuer les effets du pouvoir des puissances médiatiques sur les peuples.

Le rejet du NOMIC par les Etats monopolistes est un indice révélateur des efforts qu'il faut deployer pour reconquérir un espace médiatique gagné par la simple prolifération de l'influence d'un processus de communication occidental.

Ce serait une opération téméraire de prétendre à documenter tout l'historique des médias et révéler le processus de l'essence du pouvoir idéologique de l'information dans le présent ouvrage. Ce serait aussi de la naïveté de pouvoir couvrir

l'impact des médias sur l'activité de la société et révéler les mécanismes de la constitution d'une culture de masse occidentalisée

La question surgit alors de savoir quelle contribution pouvons-nous rapporter à l'étude des médias en tant que quatrième pouvoir dans la société et les institutions étatiques?. Il s'agit d'une analyse du discours médiatique par de nouveaux paradigmes qui émergent dans un ensemble de besoin, à l'instar des autres nécessités.

Dès lors l'obligation d'analyse, implique à considérer l'information comme la matière la plus abondante sur un marché très prometteur et la plus précise dans l'environnement d'activité humaine. Depuis longtemps elle fut utilisée comme source fiable et essentielle dans l'organisation, la planification des affaires sociales et économiques et dans la prise de décisions déterminantes.

Devons-nous nous référer à l'installation et la mise en place d'infrastructure matérielles informationnelles et la formation d'un personnel spécialisé y afférent, pour illustrer l'importance capitale de l'information dans la vie des sociétés. De même que la conception de système d'information et de communication révèle l'intérêt que nous accordons en ce siècle à l'information en tant que pouvoir d'intégration sociologique et appareil idéologique instrumentalisé par les détenteurs du pouvoir ou des groupements d'intérêts.

Cet intérêt particulier que nous accordons à l'information à pris ses racines dans les fonctions éducative, sociale, politique, économique de la communication de masse. En outre, aujourd'hui la communication ne se limite pas exclusivement dans les formes traditionnelles mais englobe tous les canaux et

Dans la détermination de ce qui présente un intérêt légitime pour le public, compte doit être tenu des coutumes et des conventions sociales, et en, dernière analyse, le critère de l'acceptabilité doit être fixé en fonction des mœurs et coutumes de la collectivité.

La ligne de démarcation doit être tracée là où la publicité cesse de consister à donner au public l'information à laquelle il a droit pour devenir une ingérence malsaine et sensationnelle dans la vie privée.

MICHAEL S. VIRGIL