

Les exigences éthiques des publics à l'égard des journalistes :
l'émergence d'un 5^e pouvoir comme source d'imputabilité

Marc-François Bernier*

Résumé : Depuis l'arrivée du Web 2.0, et encore davantage avec la montée en force des médias sociaux, on a vu se développer une pratique communicationnelle d'une ampleur inédite. Il s'agit de la participation de citoyens, profanes et experts, à la mise en cause, sinon à la mise en procès, des pratiques journalistiques et médiatiques. On peut y voir l'émergence d'une nouvelle source d'imputabilité, un 5^e pouvoir citoyen qui observe le 4^e pouvoir journalistique à qui il cherche à prescrire des obligations basées sur des conceptions plus ou moins explicites de l'éthique et de la déontologie professionnelles. Spontanée ou réfléchie, débridée ou cohérente, démesurée ou raisonnable, cette exigence éthique citoyenne est-elle de nature à infléchir les pratiques journalistiques, à encourager la réflexion là où le réflexe était valorisé, à se substituer ou à compléter l'œuvre de dispositifs traditionnels d'imputabilité que sont les conseils de presse ou un ombudsman? Notre proposition est avant tout une réflexion théorique accompagnée d'une exhortation à consacrer des recherches empiriques à ce phénomène communicationnel inédit qui se nourrit d'attentes normatives diversifiées, parfois en rupture avec les normes reconnues en journalisme.

Mots-clés : Journalisme, imputabilité, médias sociaux

** Professeur titulaire au Département de communication de l'Université d'Ottawa, titulaire de la Chaire de recherche en éthique du journalisme (2008-2014), auteur notamment de *Éthique et déontologie du journalisme* (PUL, 1994, 2004 et 2014) et de *Foglia l'Insolent* (2015).*