

Médias et débats éthiques

Alain Dubuc*

Résumé : *Plusieurs facteurs peuvent influencer dans le traitement journalistique des débats publics comportant des enjeux éthiques. Certaines contraintes, comme la concentration et la structure de propriété des médias, sont exogènes. D'autres, comme la nature de la nouvelle et la fonction ludique de l'information, sont internes aux médias. Parmi les facteurs aujourd'hui les plus importants figurent la transformation du paysage médiatique entraînée par les médias sociaux, l'importance toujours plus grande prise par l'image et l'information-spectacle ainsi que la porosité entre les genres journalistiques. Plus fondamentalement encore, les règles éthiques s'appliquant au journalisme souffrent d'une certaine inadaptation qui fait, par exemple, qu'une trop grande concentration sur le conflit d'intérêt laisse dans l'ombre la nécessité d'une plus grande rigueur de l'acte journalistique et d'une responsabilité plus assumée de la part des journalistes.*

Mots-clés : *Journalisme, débat public, enjeux éthiques, rigueur, responsabilité.*

Mon propos qui est celui d'un praticien de l'information du débat public, et non d'un chercheur ou d'un théoricien, portera davantage sur les médias d'information généralistes. Même s'ils ne sont qu'une des composantes de la communication publique, ils jouent toujours, malgré la place croissante des médias sociaux, un rôle central comme producteurs et diffuseurs de nouvelles, d'idées, d'informations, comme relais, amplificateurs et « validateurs » des médias sociaux.

* Alain Dubuc est chroniqueur à *La Presse+*. Auparavant, il a été journaliste économique, éditeur du *Soleil* et éditorialiste en chef de *La Presse*. Dans ses prises de position sur les sujets d'actualité, il s'intéresse très souvent à la façon dont sont menés les débats publics, notamment quand ils portent sur des questions éthiques ou sur des questions qui comportent un aspect ou une incidence éthique.

Je propose une réflexion critique sur le rôle des médias, particulièrement dans les débats complexes et délicats comme ceux qui traitent d'enjeux éthiques, où je tenterai d'illustrer le fait qu'il y a une disproportion entre le pouvoir des médias et l'influence qu'ils exercent d'une part, et l'encadrement dont ils sont l'objet et leur façon de concevoir leurs responsabilités d'autre part.

Je passerai en revue certains facteurs qui peuvent introduire des « biais », des distorsions, des risques de dérive dans le traitement des enjeux éthiques. Certains de ces facteurs sont liés aux contraintes économiques, d'autres à l'évolution rapide de l'univers de la communication, mais plusieurs de ces éléments, à mon avis les plus importants, sont de nature endogène, et tiennent à la pratique journalistique, aux valeurs de la profession et, paradoxalement, au cadre éthique lui-même dans lequel s'exerce le journalisme.

Les contraintes exogènes

L'environnement dans lequel opèrent les médias d'information affecte la façon dont ils s'acquittent du traitement des débats liés à l'éthique, notamment les contraintes économiques auxquelles ils sont soumis, comme les structures de propriété ou l'évolution du marché.

Concentration et propriété

La concentration et la structure de propriété sont celles qui viennent le plus spontanément à l'esprit. Ces facteurs peuvent avoir une influence dans les débats politiques. Leur effet semble plus limité lorsqu'il s'agit des questions liées à l'éthique.

La tradition nord-américaine veut que les médias soient, en principe, neutres et objectifs, quoiqu'on peut voir, notamment dans la couverture des rencontres électorales aux États-Unis, des clivages perceptibles dans l'orientation idéologique de diverses publications et chaînes de télévision.

Cette relative neutralité est assurée dans les quotidiens par une séparation étanche entre l'information, qui cherche à tendre vers la neutralité, et les pages éditoriales, définies comme celles des propriétaires ou de la direction. Les médias électroniques, quant

à eux, n'ont pas de segments éditoriaux formels quoiqu'un grand nombre d'entre eux s'appuient sur des commentateurs qui ne cherchent pas la neutralité.

La coloration politique ou idéologique des directions ou des salles de rédaction peut avoir un effet sur le traitement d'enjeux éthiques, lorsqu'il s'agit de débats qui portent sur l'éthique publique et la gouvernance. Elle peut se faire également sentir dans les débats qui portent sur des questions morales, comme l'insistance du *Journal de Montréal* à dénoncer ce qui lui semblait être des cas d'accommodements déraisonnables.

Mais de façon générale, dans les questions liées aux grands enjeux éthiques, on peut observer le progressisme de la plupart des médias sur les enjeux moraux – homosexualité, mourir dans la dignité, tolérance. Le déterminant principal, dans ces cas, ne semble pas être la structure de propriété des médias, mais la composition sociologique des salles de rédaction.

La dualité des clientèles

La quasi-totalité des médias québécois, sauf la radio de Radio-Canada, transige avec deux clientèles, les lecteurs/auditeurs/télespectateurs d'une part, et les annonceurs d'autre part. Un double mandat qui peut être source de contradictions.

Les besoins et les exigences de ces deux clientèles ne sont évidemment pas les mêmes, et les médias doivent composer avec des pressions des annonceurs qui peuvent affecter le contenu rédactionnel. C'est là une source de conflits importants qui comporte des similitudes avec les liens difficiles entre les universités et le financement de la recherche par les entreprises.

Ce risque est bien géré dans les grands médias, qui ont plus d'expérience en la matière que ceux dont les contacts avec le monde de l'entreprise sont beaucoup plus récents. Ces médias ont érigé des murs étanches pour séparer de façon formelle les activités commerciales des fonctions d'information, pour limiter les communications entre les deux mondes, pour faire en sorte que la main droite ignore ce que fait la main gauche, ce que l'on a baptisé à la blague l'Église et l'État. Les médias sont périodiquement confrontés à de nouvelles formes de publicité qui

créent des zones grises entre l'information et la publicité, comme les publiereportages. Mais ces zones d'ombre ont peu d'incidence dans les dossiers portant sur des enjeux éthiques.

La logique du marché

La logique économique – revenus, tirage, auditoires – exerce également des pressions sur les entreprises de presse, peu importe leur structure de propriété. Dans le cas des médias privés, cette pression s'exercera à travers la recherche de profits, dans les autres, par les efforts pour la survie. Les journalistes ne sont pas indifférents à ces considérations et les intériorisent dans leur pratique parce qu'ils sont soucieux de la pérennité des médias où ils travaillent.

Ces contraintes économiques ont un effet certain. Elles colorent les stratégies et le contenu. Mais pas nécessairement de façon mécanique en poussant à un nivellement par le bas. Le rehaussement du niveau peut également être une stratégie économique porteuse, selon les clientèles de chaque média. On le voit par exemple à la place grandissante que prennent les questions environnementales ou encore aux nouvelles très nombreuses sur les effets des compressions budgétaires sur les missions sociales.

Mais ces contraintes poussent certainement les médias à vouloir être lus, vus, ce qui peut avoir un effet important sur le choix des sujets et des dossiers, tout comme sur la forme de traitement, et les amener à vouloir se distinguer, avec des risques de diverses formes de sensationnalisme et de dérives.

Il faut noter que la logique économique des entreprises de presse est renforcée par la logique de la pratique journalistique. Les journalistes eux-mêmes veulent être lus, vus, écoutés, et cherchent eux aussi dans leur pratique à se distinguer, à être connus et estimés. Cette quête personnelle du succès peut aussi avoir un impact sur la rigueur et la sobriété.

Les contraintes endogènes

La façon dont les médias traiteront des questions éthiques ne tient pas seulement au cadre dans lequel ils agissent. Il s'explique aussi,

et on n'en tient pas assez compte, par la nature même des médias, leurs traditions, leurs valeurs, leurs pratiques.

La nature même de la nouvelle

D'abord, remonter aux origines et à la nature même de la nouvelle qui, étymologiquement, vient du latin populaire *novella*, des choses récentes. La nouvelle porte sur quelque chose de nouveau, *new* en anglais. Elle comble un besoin profondément humain et constitue à plusieurs égards l'équivalent du perron d'église ou du magasin général.

Presque par définition, un événement nouveau représente une rupture dans la continuité. Cela implique un tri dans la multiplicité des événements qui composent la vie, ceux qui surprennent, qui frappent l'imagination, qui sortent de l'ordinaire; une sélection qui explique la prédilection des médias pour les crises, les ruptures, les conflits.

Ensuite, un rappel. Informer, c'est par définition déformer. Le choix des sujets, le tri, un rôle encore plus important pour les médias traditionnels à l'heure de l'Internet et de l'explosion de l'information, constitue, au débat, une distorsion. Ensuite, un article ou une nouvelle sera une synthèse et un résumé qui ne peut se faire sans un autre processus de déformation et une perte d'information. Enfin, les procédés journalistiques de mise en valeur de la nouvelle, titre, *lead*, *teaser*, introduiront souvent d'autres formes de distorsion. En ce sens, même une information de qualité, produite en respectant les règles de l'art, comporte des limites qu'il faut comprendre.

La fonction ludique de l'information

Le devoir d'informer est une mission noble, une fonction essentielle à l'épanouissement d'une société démocratique. Mais les citoyens ne s'informent pas seulement par obligation et par sens du devoir. Les habitudes de lecture, d'écoute de bulletins de nouvelles montrent que l'information est aussi une forme de loisir, qu'il y a une composante ludique au geste de s'informer – papier *versus* tablette, lieu et moment de la lecture, préférence pour un chef d'antenne.

L'information est jusqu'à un certain point une composante de l'industrie du divertissement pour ces raisons, ce qui est d'autant plus vrai que l'information pure, dans la plupart des médias, coexiste avec des contenus qui relèvent carrément du loisir pur – téléromans, pages de services, mots croisés, pages sportives, etc.

Cette obligation de plaire pour être lu/vu, même si elle est faite dans un cadre qui respecte la mission première, peut colorer le choix et le traitement des dossiers, encore là vers la simplification, l'éradication des éléments complexes et arides des dossiers.

Les tendances lourdes

Les pratiques des médias ont été profondément marquées depuis deux décennies par la transformation importante du monde de l'information, notamment le développement des médias sociaux. Cet impact est économique, mais il est aussi culturel, il affecte les médias traditionnels, mais il modifie aussi la façon d'informer.

La transformation du marché

L'explosion des médias sociaux, une source d'information première pour un nombre croissant de lecteurs, a une influence considérable sur le débat public. Le développement de ces médias sociaux a un impact économique évident pour les médias traditionnels dont ils bousculent le modèle d'affaires de deux façons, en s'accaparant une portion croissante de l'assiette des dépenses publicitaires et en rediffusant les contenus des médias traditionnels qui sont ainsi privés d'une rémunération pour leur activité d'information.

Les médias sociaux ont aussi un impact sur les pratiques des médias traditionnels, notamment parce que la concurrence accrue les force à modifier les contenus pour rejoindre cette clientèle qui peut leur échapper.

On assiste entre autres à la croissance du journalisme d'opinion ou de l'opinion tout court dans les médias non traditionnels, blogues, etc. Cela renforce le développement de la télévision et de la radio parlées reposant sur du commentaire.

Les médias traditionnels, surtout écrits, dont la pratique consistait à publier les informations de la veille, dont leurs lecteurs connaissent déjà la teneur à travers les médias sociaux ou les médias électroniques, cherchent de leur côté à miser sur des chroniques qui vont au-delà de la nouvelle brute et qui leur permettent de se distinguer.

La multiplication des lieux de débats et d'information a également un effet pervers en augmentant ce que l'on pourrait appeler le bruit médiatique. Nous sommes loin de la période où une poignée d'éditorialistes monopolisaient le débat public. Le nombre de commentateurs et de commentaires a à ce point augmenté que les médias traditionnels et leurs artisans peuvent avoir le réflexe de hausser le ton, pour se distinguer et se faire entendre, avec risque d'excès et de surenchères.

Enfin, la diffusion d'information 24/7 et l'instantanéité ont des effets importants sur l'information. La nécessité de nourrir la bête qu'est l'information continue engendre une série de mécanismes, les effets boucles – la présentation à répétition d'images et d'informations qui finissent par déformer les perceptions –, les effets ping-pong – la recherche de réactions presque instantanées aux événements –, les effets de meute – les médias qui s'observent mutuellement heure après heure finissent par converger vers un message unique.

L'information-spectacle

Le phénomène culturel de l'information-spectacle n'est pas nouveau, mais il est en croissance. Il est lié à l'omniprésence de la télévision dans nos vies, qui a influencé nos façons de parler, de nous comporter et même de voter.

Le règne de l'image, renforcé par la culture du « je », impose à ce point ses codes et son langage que les politiciens ou les leaders, notamment ceux du monde de l'entreprise, doivent se conformer à des règles sur la façon de gérer leur façon de répondre aux questions, de gérer leur langage corporel pour répondre aux exigences télévisuelles, souvent à l'aide de spécialistes de la communication.

Les médias d'information manifestent également une tendance à emprunter les procédés et les façons de faire auparavant réservés aux dramatiques et aux téléromans – *human interest*, portraits, reconstitutions dramatisées, confrontations, transformation de reportages en histoires, avec rebondissements et chute.

Tout passe par la télé, y compris le livre ou les débats d'idées. Le monde universitaire n'y échappe pas, où le succès peut maintenant parfois dépendre des aptitudes à être médiatique. Avec comme effet la tendance à transformer les détenteurs de connaissances en personnages. L'exemple extrême est celui du professeur de comptabilité Léo-Paul Lauzon, ou encore celui des intellectuels-vedettes en France.

La porosité des frontières entre les genres

L'information et les débats sur des enjeux importants comme ceux sur l'éthique se déroulent partout, dans les médias sociaux tout comme dans les médias traditionnels. Mais au sein même des médias traditionnels, on observe que les frontières s'estompent entre différents genres, surtout à la radio ou à la télévision où il y a souvent une coexistence entre l'information et le divertissement dont les acteurs ne sont pas soumis aux mêmes valeurs et au même encadrement.

Par exemple, à la Première chaîne d'Ici Radio-Canada, Alain Gravel, journaliste d'enquête, anime l'émission matinale. Il est membre de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec et soumis à son code d'éthique. Son émission est suivie par *Médium large* avec Catherine Perrin, une claveciniste qui, après avoir tenu la barre d'émissions musicales, anime avec talent cette émission consacrée aux tendances de société. Ces deux animateurs traitent souvent des mêmes sujets, interviewent les mêmes personnes sans que les auditeurs puissent comprendre clairement qu'ils ne pratiquent pas le même métier, qu'ils ne sont pas soumis aux mêmes règles et qu'ils ne livrent pas le même genre d'information.

On remarque aussi dans tous les médias la coexistence à un même micro de journalistes et d'anciens politiciens qui,

par définition, ne travaillent pas dans un même environnement professionnel. Dans tous ces cas, il y a des nuances et des distinctions dans ces pratiques que le public ne peut pas faire. L'information, selon l'heure et le média, peut provenir indifféremment de journalistes, d'artistes, de politiciens, d'amuseurs ou de démagogues professionnels.

Dans les faits, même si ce n'est pas son mandat initial, *Tout le monde en parle* est largement devenue une émission d'affaires publiques, de surcroît celle qui est la plus écoutée. Et malgré le talent et l'intelligence de son animateur, Guy A. Lepage, et de son coanimateur, Dany Turcotte, il n'en reste pas moins que la télévision d'État a choisi de confier cette mission importante d'informer à deux hommes qui sont au départ des humoristes. Avec des effets évidents sur la rigueur, l'équilibre et l'encadrement des débats.

Des règles éthiques inadaptées

Les paragraphes précédents cherchaient à décrire la nature de la pratique journalistique et à expliquer ses limites. Les distorsions auxquelles peut mener la pratique journalistique pourraient toutefois être davantage réduites si la profession était encadrée par des normes appropriées.

La focalisation sur le conflit d'intérêts

La profession journalistique a toutefois développé un cadre éthique largement calqué sur celui des deux mondes qu'elle côtoie, la politique et la justice, fortement orientés vers l'élimination des conflits d'intérêts.

Les codes d'éthique, comme celui du Conseil de presse du Québec, dont s'inspirent la plupart des médias, se focalisent considérablement sur les conflits d'intérêts pour préserver la neutralité et l'indépendance, et condamnent les pratiques qui pourraient mener à des conflits d'intérêts de nature politique – comme l'adhésion à un parti politique, la participation à des activités partisans, le travail pour un parti politique –, ou des conflits de nature économique – cadeaux, voyages, droit de faire de la publicité.

On observe aussi l'émergence d'une tendance plus rigoriste qui pousse plus loin le concept d'indépendance des journalistes et irait jusqu'à interdire la signature de pétitions et les dons de charité à des causes.

Ces règles ont eu des effets bénéfiques, en mettant fin aux pratiques condamnables des prébendes et des enveloppes brunes. Conjuguées au syndicalisme et aux progrès dans la rémunération des journalistes, ces règles ont transformé le journalisme souvent vénal dans les années cinquante et soixante en profession honorable.

Mais ce cadre éthique est limité. Il a eu un double effet. D'une part, il a servi de grille très imparfaite pour traiter des débats publics de nature éthique. D'autre part, il a créé un faux sentiment de sécurité et empêché la profession d'aller plus loin dans sa réflexion et de faire évoluer l'encadrement éthique de façon appropriée pour aborder les nouveaux enjeux.

Le règne des apparences

Comme les journalistes s'imposent à eux-mêmes un code d'éthique où les apparences de conflit sont traitées comme des conflits, comme c'est souvent le cas dans le monde politique, les médias ont eu tendance à appliquer cette même grille aux débats publics.

Cela se manifeste à traiter sur le même pied les dossiers liés aux conflits d'intérêts et ceux où il y a apparence de conflit d'intérêts, avec le danger de jouer un rôle de justiciers populistes, avec l'oubli de la présomption d'innocence et la tentation du lynchage médiatique. Le fait que le monde de l'information soit devenu un monde de l'image peut amplifier ces mouvements. Les cas sont nombreux - abri fiscal de l'île de Jersey de Philippe Couillard, fleurs de Nathalie Normandeau, présomption d'innocence de Mike Duffy, image du 375^e comme antre de la corruption.

La rigueur de l'acte journalistique

La focalisation sur les conflits d'intérêts ne s'accompagne pas, dans les codes d'éthique, dans les débats sur la question dans la profession, des autres aspects déontologiques et surtout de la question de l'acte journalistique, de sa rigueur, ni des obligations

qui découlent du devoir des médias et des journalistes de servir le droit du public à l'information.

On trouve des prescriptions sur la neutralité, sur la rigueur, mais sans mettre l'accent sur cet enjeu, sur ce qu'est l'acte journalistique, la qualité de la recherche, l'exactitude, l'équilibre de l'information. À cet égard, on ne retrouve pas les préoccupations déontologiques très présentes dans plusieurs professions, notamment la profession médicale.

Ce flou est renforcé par l'absence de mécanismes de contrôle et de contrepoids suffisants. À un premier niveau, les médias, traditionnellement, manifestent une résistance à publier des rectificatifs quoiqu'on assiste à des progrès significatifs. Les conventions collectives des journalistes, syndiqués dans toutes les grandes salles de rédaction, prévoient des droits de réplique pour ceux qui font l'objet de critiques provenant du public, ce qui leur donne le dernier mot.

À un second niveau, le Conseil de presse, qui reçoit des plaintes du public, est un organisme à adhésion volontaire, mais qui ne joue qu'un rôle de tribunal d'honneur. Les médias du Groupe Québécois n'y adhèrent pas, par exemple. À un troisième niveau, les recours aux tribunaux sont longs, coûteux.

La discipline professionnelle s'exerce à travers les relations de travail dans un cadre de confrontation patronale-syndicale où la fonction du syndicat consiste à défendre le journaliste contre des accusations ou des sanctions patronales. Les associations de journalistes résistent depuis des années à l'idée de créer un ordre professionnel qui pourrait, entre autres, fournir ce souhaitable encadrement.

L'équilibre par la confrontation

Ces règles floues quant à la rigueur mènent à des adaptations et à des expédients qui ne sont pas toujours heureux. Une d'entre elles, plus pertinente aux débats portant sur les questions éthiques, c'est le procédé journalistique qui consiste à croire qu'on s'est acquitté de sa tâche et qu'on fait preuve d'équilibre quand on a présenté les deux côtés de la médaille.

Cette logique du face à face, certes médiatique, mène à une représentation artificielle des débats, qui repose sur une forme de relativisme moral ou scientifique. Oublions le fait que les débats complexes seraient mieux représentés par un polyèdre irrégulier que par une pièce de monnaie.

Cela a encouragé la création d'une véritable industrie de la réaction officielle qui met souvent en avant-plan des points de vue marginaux. Cela privilégie les points de vue extrêmes, par exemple celui de l'Institut de recherche et d'informations socioéconomiques, l'IRIS, de gauche, *versus* l'Institut économique de Montréal, l'IEDM, de droite. Des confrontations artificielles qui excluent les points de vue nuancés et qui reflètent mal la réalité qui repose en général sur la multiplicité des nuances de gris.

Il y a une forme de démission dans ce procédé très répandu, car cela suppose que le lecteur ou l'auditeur, confronté à des points de vue qui s'opposent, pourra faire une synthèse personnelle comme si la vérité pouvait jaillir de la juxtaposition de deux faussetés. Cette pratique, dans bien des cas, sert mal le droit du public à l'information.

L'absence de filtres sociologiques

On a vu que les règles d'éthique sont très sévères quand il s'agit d'appartenance politique ou d'intérêts économiques. Mais il y a peu d'outils pour gérer les « biais » introduits par les origines sociales, les intérêts de classe, les valeurs personnelles, les affinités qui peuvent avoir une grande influence sur le traitement des enjeux.

On suppose, ce qu'on ne fait pas lorsqu'il s'agit de liens économiques, que le journaliste saura être au-dessus de la mêlée et conserver sa neutralité par professionnalisme. En oubliant que souvent il ne sera pas conscient de ces préjugés. Le magazine *Le Trente* de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec avait déjà mesuré, avec des recoupements des membres par code postal, qu'un journaliste sur sept vivait sur le Plateau Mont-Royal qui compte un quatre-vingtième de la population.

Ces facteurs sociologiques peuvent avoir un effet sur les débats publics où les médias ne reflètent pas les sentiments populaires ou encore les reflètent mal.

Les conflits entre impératifs éthiques

De la même façon que le système de justice doit souvent trancher les conflits entre droits, l'éthique journalistique peut entrer en conflit avec d'autres considérations éthiques.

C'est particulièrement vrai avec un élément important des règles de la pratique journalistique, la protection des sources, reconnue par les tribunaux dans bien des pays, qui s'explique par la nécessité de garantir l'anonymat de sources qui peuvent fournir des informations d'intérêt public. C'est au cœur du journalisme d'enquête.

Mais dans bien des cas, le recours à des sources anonymes n'est pas l'aboutissement d'un patient travail d'enquête, mais le choix de gens qui, sous le couvert de l'anonymat, veulent diffuser des informations. Parfois dans l'intérêt public, mais souvent aussi pour servir leurs propres intérêts. Un cabinet qui coule le projet d'un autre ministre, une fuite pour discréditer un adversaire ou un concurrent. Dans un tel cas, le journaliste est une courroie de transmission qui, pour obtenir de la nouvelle, se fait consciemment ou non le complice de sa source. Et dans bien des cas, la publication d'exclusivités, où un média publie une nouvelle plus tôt que ses concurrents grâce à ces fuites, ne contribue pas à mieux informer le public.

Dans bien des cas aussi, l'identité de la source ou du moins son origine est une information d'intérêt public plus que l'information initiale. Le cas le plus célèbre est sans doute celui du procureur Kenneth Starr dans la poursuite contre le président Bill Clinton qui alimentait les médias.

Un sens limité de la responsabilité

Le cadre éthique est enfin incomplet parce que les préoccupations des médias sur le professionnalisme de leur pratique se limitent à l'acte journalistique lui-même, la qualité ou la pertinence de

l'article ou du reportage. La responsabilité s'arrête à la publication ou à la diffusion.

Les conséquences que peut avoir un reportage sont relativement peu présentes dans les préoccupations, sans doute parce que l'attention porte sur le succès d'une nouvelle, sur l'immédiat. Aussi par crainte qu'une préoccupation trop grande pour les conséquences de la publication d'une nouvelle ouvre la porte aux pressions, aux doutes, aux réflexes de prudence indue.

Cela repose aussi sur une définition très floue de l'intérêt public. En principe, dans leurs choix, les médias servent le droit du public à l'information. Mais ce droit ainsi que ce qui peut être défini comme l'intérêt public sont en fait définis par les médias eux-mêmes, qui sont à la fois juges et parties, d'autant plus que chaque média aura sa propre définition.

La formule traditionnelle, celle du *New York Times*, « All the That's Fit to Print », vague à souhait, ouvre la porte à toutes les interprétations.

Cette piste de réflexion, que les salles de rédaction hésitent à emprunter, introduirait une autre définition de ce qu'est le devoir des médias. Elle mériterait d'être davantage explorée pour aider les médias dans le traitement des dossiers plus délicats, plus complexes, notamment sur les enjeux éthiques, auxquels ils seront dans doute de plus en plus confrontés dans les années à venir.