



Démasquer la propagande pour saisir les idéologies
Unmask propaganda to grasp ideologies
Desenmascarar la propaganda para captar las ideologías

Liberté de la presse et liberté académique au péril de la concentration médiatique et à la marchandisation du savoir

Jean-Marie Lafortune

Université du Québec à Montréal, Canada
lafortune.jean-marie@uqam.ca

La concentration médiatique entre les mains d'une poignée d'oligarques nationaux ainsi que la marchandisation du savoir induite par la concurrence instaurée entre les universités ont mené depuis le début du XXIe siècle, au Québec comme ailleurs en Occident, au déclin de la liberté de la presse et de la liberté académique, pourtant garantes d'une opinion publique éclairée et de prises de décision collectives fondées sur des connaissances soumises à l'épreuve des faits. En réponse à l'idéologie néolibérale qui sévit, le militantisme de journalistes et d'universitaires conduit à une impasse, puisqu'il contribue également à dévoyer leurs fonctions. S'il faut renouer avec l'enquête méthodique et la recherche honnête de la vérité, la tâche est ardue dans le régime publicitaire mis en place, qui se caractérise davantage par la manipulation et le mensonge.

Mots-clés : concentration médiatique, marchandisation du savoir, publicité, manipulation, militantisme.

The media concentration in the hands of a handful of national oligarchs as well as the commodification of knowledge induced by competition established between universities have led since the beginning of the 21st century, in Quebec as elsewhere in the West, to the decline of freedom of the press and academic freedom, which nevertheless guarantee informed public opinion and collective decision-making based on knowledge subjected to the test of facts. In response to the triumphant neoliberal ideology, the activism of journalists and academics leads to a dead end, since it also contributes to distorting their functions. While it is certainly necessary to return to methodical investigation and the honest search for the truth, the task is difficult in the advertising regime put in place.

Keywords: media concentration, knowledge commodification, advertising, manipulation, activism.

La concentración de los medios en manos de un puñado de oligarcas nacionales, así como la mercantilización del saber inducida por la competencia instaurada entre las universidades han conducido desde principios del siglo XXI, tanto en Quebec como en otras partes de Occidente, El declive de la libertad de prensa y de la libertad académica, que garantizan una opinión pública informada y una toma de decisiones colectiva basada en conocimientos probados. En respuesta a la ideología neoliberal imperante, el activismo de periodistas y académicos conduce a un callejón sin salida, ya que también contribuye a desvirtuar sus funciones. Si bien es necesario reanudar la investigación metódica y la búsqueda honesta de la verdad, la tarea es difícil en el régimen publicitario establecido, que se caracteriza más por la manipulación y la mentira.

Palabras clave : publicidad, concentración mediática, mercantilización del saber, manipulación, activismo.

Introduction

L'idéologie néolibérale, depuis sa conquête mondiale du pouvoir politique (Amable, 2022) et juridique (Voisard, 2018) dans les décennies 1980-1990, a consolidé son emprise sur les deux contre-pouvoirs de la modernité que sont les médias et les universités, notamment en cantonnant à la marge la liberté de la presse et la liberté académique. Dogmes du nouveau régime de « gouvernance » (Deneault, 2013), la privatisation et la concurrence qui sévissent depuis trente ans au sein de marchés régis par des oligopoles les ont exposées à des forces politico-économiques qui tirent parti de la nouvelle production-diffusion des informations et des connaissances (Goëta, 2024) ainsi que de la surveillance accrue de leur circulation (Zuboff, 2020).

Le débat autour de la concentration des médias et du pluralisme informationnel est récurrent au Québec où neuf groupes se partagent aujourd'hui les journaux, les stations de radio et les chaînes de télévision¹. Tablant sur la convergence numérique, l'économie de plateformes a transformé la structure de propriété et la répartition des profits dans le secteur (Saulnier, 2022), tandis que le travail des journalistes, en proie à la dérégulation du marché de l'information qui les précarise et les conduit à l'autocensure, se mue en relations publiques au service des possédants (Tremblay-Pepin, 2025).

Dans le monde universitaire, la novlangue utilisée par les directions d'établissement, dont l'Université du Québec à Montréal (Lafortune & Roy, 2019) qui servira d'exemple, l'influence accrue des milieux d'affaires et corporatifs, la compétition que se livrent les acteurs de la recherche pour un financement public de plus en plus assujetti aux priorités gouvernementales et l'informatisation du système d'éducation (Martin & Mussi, 2023) président à la dissolution des institutions comme lieux de formation civique et de transmission culturelle (Chancerel & Varin, 2021).

Abordé dans une perspective communicationnelle critique (Aubin, George & Rueff, 2022), le néolibéralisme est ici examiné en tant que régime publicitaire. La publicité n'est pas que le nerf de la guerre de l'information (Colon, 2023), elle façonne également les conduites et les aspirations des foules, s'imposant en démocratie de marché comme le principal mode de régulation. Alors que les dernières poches de résistance s'érodent face au confinement de la liberté de la presse et de la liberté académique, tant l'éducation critique aux médias (Petit, 2020) et le journalisme militant (Fischer, 2016) que l'autodéfense intellectuelle (Baillargeon, 2005) et la recherche militante (Rullán, 2021) semblent puérils face aux pouvoirs économico-politiques actuellement à la manœuvre².

Liberté de la presse et droit à l'information en échec

La liberté de la presse est l'une des principales libertés publiques et une condition nécessaire au fonctionnement démocratique. Elle participe du droit d'expression et de critique dont disposent

1. Bell Media, Cogeco Media, Les coops de l'information, Québecor, Radio-Canada, Remstar média, RNC Media, Rogers, Télé-Québec.

2. S'agissant de la situation aux États-Unis depuis le retour à la Maison-Blanche du président Trump, lire notamment Élisabeth Vallet : « L'Union américaine pour les libertés civiles souligne la rapide érosion des libertés publiques, à commencer par les attaques contre la liberté académique et de presse » (L'année qui valait une décennie, Le Devoir, 20-21 décembre 2025), <https://www.ledevoir.com/opinion/chroniques/943206/annee-valait-decennie>

les citoyens, difficilement acquis sur le plan sociohistorique et toujours en tension avec d'autres droits (économiques et politiques) (Tarlé, 2023).

Par extension, la liberté de la presse s'applique à l'ensemble des médias. Si elle est au centre du combat pour l'exercice de la vie démocratique, en favorisant notamment la confrontation ouverte des idées, un cadre légal en balise la pratique car elle ne s'affirme pas sans responsabilité en contrepartie. Au Québec, les limites qui lui sont posées ont trait à la sauvegarde de l'ordre public (publication de messages haineux, incitant à la violence ou diffamatoires), ainsi qu'à la protection des mineurs et à la dignité humaine (messages à caractère violent ou pornographique). Parce qu'elle peut constituer un contre-pouvoir, la liberté de la presse est fortement contrainte dans les pays marqués par l'autoritarisme, notamment à travers la censure et la violence perpétrées à l'endroit des journalistes (RSF, 2025).

Or, l'accès à l'information est un droit fondamental, corollaire de la liberté d'expression, implicitement garanti par l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948. Il est considéré comme un des fondements de la démocratie et de l'État de droit. Son objectif premier est de garantir que les citoyens possèdent l'information nécessaire pour participer utilement aux processus délibératifs et aux décisions publiques. L'UNESCO défend ainsi l'accès à l'information en tant que liberté fondamentale et pilier essentiel de l'édification de sociétés du savoir inclusives³. En outre, l'accès à l'information est considéré comme un catalyseur du développement durable dans des domaines tels que la santé, l'environnement, la lutte contre la pauvreté et la corruption.

Ce droit se traduit également par la garantie d'un accès aux informations détenues par les autorités publiques, les organismes privés chargés d'une mission de service public ou les personnes exerçant une activité d'intérêt général. Dans cette perspective, toute personne a un droit de regard sur ses propres données. Ainsi, statutairement, quiconque met en œuvre un fichier ou un traitement de données personnelles est obligé d'informer les personnes fichées de son identité, de l'objectif de la collecte d'informations et de son caractère obligatoire ou facultatif, des destinataires des informations, des droits reconnus à la personne et des éventuels transferts de données vers d'autres pays⁴.

Le droit à l'information ainsi défini est toutefois fréquemment contourné, notamment par les plateformes numériques qui opèrent à l'échelle internationale, échappant ainsi aux régulations nationales, et limité dans certains domaines tels le secret défense, le secret fiscal, le secret médical et le secret commercial (ou des affaires)⁵. Au Canada, les lois fédérales, provinciales et territoriales en la matière ont été adoptées au début des années 1980, en associant étroitement démocratie, transparence et reddition de comptes (Ouimet, 2004). Dans ces législations, la liberté d'expression, l'accès à l'information et la sécurité des journalistes vont ainsi de pair.

Concentration médiatique et journalistes intégrés

La concentration des médias a conduit, après la vague récente sans précédent de fusions et d'acquisitions qui a déferlé, à la formation d'oligopoles nationaux dominant la quasi-totalité des

3. Cf. <https://www.unesco.org/fr/right-information>

4. Cf. Commission d'accès à l'information : <https://www.cai.gouv.qc.ca/actualites/semaine-protection-donnees-2025-vie-privee>

5. Dans une chronique datant du 7 janvier 2025 (Le Devoir), Pierre Trudel résumait ainsi les « Cinq menaces au droit d'être informé » : les agressions contre les journalistes, les menaces contre les médias de service public, l'absence de responsabilisation des plateformes en ligne, les délais d'accès aux documents publics, le réflexe de censure. <https://www.ledevoir.com/opinion/chroniques/829981/chronique-cinq-menaces-droit-etre-informe>

stations de radio, des chaînes de télévision, des journaux, des magazines, des éditeurs de livres et des producteurs de musique ou de cinéma. Ces conglomérats géants contrôlent tant le marché de l'information que du divertissement et ont la faculté de régir l'ensemble de la production et de la diffusion de leurs marchandises culturelles comme de leurs produits dérivés.

Le caractère inédit de ce phénomène, qui a pris de l'ampleur à la faveur de la baisse de la valeur des médias traditionnels amputés d'une part accrue des revenus de publicité migrés vers le Web, réside dans le fait qu'il est l'œuvre d'acteurs étrangers au secteur médiatique et dont la déontologie journalistique n'est pas la priorité (Colon, 2019). Les médias représentent pour ces nouveaux actionnaires davantage une source de notoriété ou d'influence que de revenus.

La valorisation dans leurs médias d'informations favorables à leurs clients et leurs partenaires est une autre conséquence du phénomène. Dans le contexte d'une dépendance toujours plus grande des médias envers la publicité, l'information tend à être conçue en fonction des intérêts économiques des propriétaires de médias et des annonceurs. En conséquence, l'information diffusée par les médias de masse aide de moins en moins à comprendre les enjeux des affaires publiques (Sauvageau *et al.*, 2018).

En somme, la concentration médiatique dans les mains d'une poignée d'oligarques confine à la manipulation tandis que leurs sources de revenus sont sapées par des acteurs en ligne qui ne veulent ni financer la production d'informations vérifiées, ni modérer démocratiquement les contenus. Si les médias diffusent des « vérités politiques officielles » (Robert, 2021), les réseaux sociaux relaient des messages de haine et de désinformation, conduisant à l'affrontement, à l'insécurité, à la perte de confiance envers les institutions et à l'incapacité de s'entendre sur des projets communs.

Il n'est pas étonnant dans ce contexte que les journalistes soient tributaires d'une logique commerciale qui les instrumentalise et qu'ils soient perçus par la population comme dépendant à la fois des propriétaires et des principaux annonceurs. Bien plus que la censure, c'est l'autocensure qui triomphe avec la précarité croissante des journalistes, au détriment d'une information qui donne une idée plus claire des problèmes qui traversent la société et des actions qui doivent être menées pour y répondre⁶.

Ainsi, dans la course à l'attention qui caractérise la filière télévisuelle, visant à fidéliser une audience partisane, les chaînes d'information continue⁷ ne se contentent plus de rapporter les faits, mais les mettent en scène. L'antenne est ouverte à temps plein, mais l'information validée tend à disparaître. On y cherche plutôt des visages connus et des confrontations qui maintiennent une tension narrative. Face à l'essor des plateformes et de l'écoute en flux, ces chaînes se réinventent souvent au détriment de l'exigence journalistique, de sorte que les formats se standardisent : éditorialistes, chroniqueurs et polémistes tournent en boucle autour des mêmes sujets, recyclés continuellement (Deneault, 2025).

Or, sans presse « libre », la démocratie, entendue comme système ouvert de délibération, recule. La citoyenneté active est tributaire de la répartition sociale des ressources communicationnelles comme la parole publique, la capacité à cadrer des faits et à rendre visibles les idées, d'où qu'elles émanent, à travers les sociétés. L'accès aux moyens de communication permettant l'expression publique devrait ainsi être le plus égalitaire possible à travers les groupes sociaux.

6. On pense ici en particulier à l'élaboration des politiques publiques.

7. En l'occurrence au Québec : Réseau de l'information (Radio-Canada) et LCN (TVA nouvelles, Québecor).

La publicité en démocratie de marché : une propagande qui livre la marchandise

Toute démocratie est un régime publicitaire de fait car depuis son origine la publicité garantit le lien qu'entretient l'usage public de la raison avec les fondements législatifs de la domination et le contrôle critique de son exercice (Habermas, 1978). *L'advertisement* est ainsi né en Angleterre du gouvernement représentatif et du rôle politique des images de propagande pour diriger l'attention du peuple et obtenir son soutien. Cœur de l'ordre social bourgeois et « art officiel du capitalisme » (William, 1990), la publicité disparaît avec le pouvoir absolu.

La publicité est donc la modalité essentielle qu'emprunte la propagande dans les démocraties de marché (Fitoussi, 2004). Elle participe d'un conditionnement où s'affirme sa puissance et garantit l'accès optimal aux marchandises, puisque c'est l'étendue de la consommation qui atteste des bienfaits du système, sans nécessairement réduire les inégalités, et engage les citoyens-consommateurs dans leur poursuite du bonheur matériel⁸. Pour s'assurer que les affaires tournent rond, le public doit alors être « fantôme » (Lippmann, 1997), c'est-à-dire que les foules doivent être contrôlées et exclues des décisions sur les actions d'envergure à entreprendre, tandis que les « gouvernements invisibles » (Bernays, 1928), composés de relationnistes ou d'« ingénieurs du chaos » (da Empodi, 2019) au service d'intérêts politico-économiques, doivent les persuader que les orientations dictées par une clique sont légitimes, bonnes et justes.

Idéal technocratique, la propagande sert les intérêts de l'élite. Elle est née d'une certaine conception du monde, comme ressources à consommer, de la société, structurée comme un ensemble de marchés, et du pouvoir, qui doit être détenu par un groupe restreint de « visionnaires » autodéclarés (Lasswell, 1927).

Il en va de même de la société de consommation. Il faut étudier les mobiles inconscients des consommateurs pour manipuler leurs comportements d'achat. À un niveau de production industrielle, les entreprises veulent assurer l'écoulement de leurs produits et services en ajustant l'offre et en façonnant la demande. Puisqu'elles vendent également une image, la publicité doit convaincre d'adopter certains styles de vie en nouant une relation avec les clients autour de valeurs affichées par les producteurs, qui doit se conclure par une vente, si bien que l'identité profonde de tout citoyen correspond à la somme de ses actes d'achat.

Le pouvoir de l'ordre fictionnel (Lippmann, 1997) consiste à (re)présenter médiatiquement une série choisie de faits. Il s'agit de cristalliser des modèles de perception et de conduites simples, souvent fondées sur l'opposition entre le bien et le mal, en mobilisant des valeurs fédératrices autour de symboles évocateurs pour les destinataires. Cette communication emprunte toutes les voies possibles pour les convaincre, en ciblant au besoin les leaders d'opinion, meilleure courroie de transmission des messages vers les publics visés.

Entendue comme l'ensemble des moyens et des techniques visant à faire acquérir ou à développer une clientèle et à construire l'image d'un produit, d'une marque ou d'une entreprise, la publicité apparaît comme une réponse aux besoins du capitalisme industriel non seulement d'étendre le marché, mais également de calmer les revendications ouvrières qui en découlent (Colon, 2019). Elle offre en effet une conception positive et progressiste de l'ordre social en prônant

8. Les fondements philosophiques d'une telle conception de la démocratie se trouvent notamment dans le passage suivant de la Déclaration d'Indépendance des États-Unis d'Amérique (1776) : « Nous tenons pour évidentes pour elles-mêmes les vérités suivantes : tous les hommes sont créés égaux ; ils sont doués par le Créateur de certains droits inaliénables ; parmi ces droits se trouvent la vie, la liberté et la recherche du bonheur. Les gouvernements sont établis parmi les hommes pour garantir ces droits, et leur juste pouvoir émane du consentement des gouvernés ». <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/02/French-translation-U.S.-Declaration-of-Independence.pdf>

l'innovation et en remettant en cause les coutumes ancestrales et les habitudes individuelles. Dans la foulée, la démocratie de marché tend donc à devenir une société de conditionnement pavlovien à la consommation, qui doit débuter dès l'enfance. Ce dressage passe d'abord par la valorisation de l'argent et de la dépense, soit une lutte contre l'esprit d'épargne en encourageant une attitude égocentrique, présentant la richesse et la consommation ostentatoire comme des marques de réussite et le signe d'une forme de liberté individuelle.

La démocratie marchande s'accompagne toutefois de l'absence de dispositif de protection des consommateurs, exhortés à se fier exclusivement à la publicité et à la popularité des produits pour déterminer ce qui est bon pour eux. La publicité cherche donc à susciter les sentiments de réalisation de soi en attisant au besoin la jalousie sociale. Elle cherche aussi à éliminer ou à réduire les attitudes qui résistent à la consommation, en recourant à des symboles (slogans, personnes charismatiques, images séduisantes) qui font appel à des mécanismes psychologiques (Wiewiorka, 2025).

La publicité canalise les espoirs et les actions là où les « systèmes totalitaires » s'efforçaient de les combattre. Elle impose moins qu'elle convainc de suivre un modèle comportemental déterminé, variant au gré des conflits avec des régimes érigés en ennemis. Son horizon ne consiste pas à créer une société parfaite et juste, mais à persuader que le sort individuel de chacun peut s'améliorer s'il applique les codes de conduite promus. Ainsi résident dans la publicité une espérance et une promesse de bonheur. Dans ce régime, les citoyens ont moins besoin de comprendre le monde que d'acheter pour assouvir leurs désirs matériels.

Les dispositifs publicitaires qui servent des intérêts commerciaux sont les plus aptes à mobiliser les populations. Leurs ressorts sont ceux de la suggestion comme le développent les mentalistes d'entreprise, créateurs d'images motrices, capables de susciter l'adhésion sans passer par la réflexion.

Les récits publicitaires construisent en quelque sorte des communautés rassemblées autour d'objets totémiques et guident vers ceux dont il faut s'incorporer la force. Le pouvoir affectif qui rend la publicité apte à capter l'attention et à transformer la volonté des gens en intervenant à chaque instant dans le cours de leur vie, fait naître en eux de nouveaux besoins et crée ainsi un ordre auquel le public finit par se conformer (McGarry, 1958).

Avec la massification, la publicité remplit la fonction d'une institution sociale, comparable à l'Église, la famille ou à l'École, et se substitue à elles à titre de guide de conduite : réclames et affiches dictent le code de vie, si bien que l'on n'achète ou n'entreprend rien sans les consulter. La publicité conditionne plus efficacement les comportements que toute autre institution, car « l'acquisition de petits objets auxquels s'attache l'âme finit par lui cacher le reste du monde » (Tocqueville, 1848 : 264).

En tant que propagande, la publicité se caractérise par une action persuasive qui relève moins d'un jeu de vérités et de mensonges que d'ombres et de lumières (informations partielles-partiales) et fonctionne de manière insidieuse par imprégnation en transformant lentement les opinions en croyances. Sa force singulière par rapport aux autres institutions est qu'elle dissimule l'autorité qui l'instaure : le message met l'accent sur les bénéfices tangibles des récepteurs. Elle induit non pas des normes imposées au profit des pouvoirs, mais celles souhaitées par une population avide, pour qui il n'y a plus de devoirs, que des occasions d'« émancipation » consommatoire à saisir. Comme

T'affirment Joule et Beauvois (2014 : 291), « un individu ne peut être efficacement manipulé que s'il éprouve un sentiment de liberté ».

La publicité a d'abord pour effet d'encourager les médias à considérer le public en fonction de son pouvoir d'achat. Elle contribue ensuite à affaiblir la presse ouvrière, dont le public est peu solvable, et la presse d'opinion, considérée trop clivante selon maints annonceurs, au profit d'une presse d'information populaire (Colon, 2019).

En démocratie de marché, les médias sont donc non seulement des entreprises commerciales dédiées à la vente de l'information, mais aussi des outils de promotion d'une vision du monde. L'actualité (nouvelles) et la vérité (adhésion aux messages) doivent ainsi être distinguées et comprises à partir de leurs rapports de production. Plus la dépendance des médias envers la publicité s'accroît, plus l'information tend à être conçue en fonction de l'intérêt économique des propriétaires et des annonceurs.

Dans ce cadre, l'indépendance journalistique s'avère illusoire. Le contrôle politique du système médiatique capitaliste conduit au recul du nombre de journalistes dans les salles des rédaction⁹, à la marginalisation des médias indépendants et à la substitution des enquêtes journalistiques par des billets d'humeur ou des reprises d'autres sources. En outre, la presse parlementaire fait l'objet d'une instrumentalisation de plus en plus décomplexée de la part des gouvernements composés d'affairistes.

Piège du journalisme militant

En réponse à « la guerre de l'information » (Colon, 2023) que se livrent les États depuis le 11 septembre 2001, les amenant à exercer un plus grand contrôle sur les médias, couplée à une logique de concentration trop étroitement liée à des intérêts corporatifs, certains reporters clament qu'un autre journalisme était possible (Fisher, 2016).

S'ils ont tendance à être perçus comme les porte-paroles de camps adverses, les journalistes ont cessé depuis longtemps de se revendiquer d'une démarche objective et visent d'abord à être honnêtes dans la restitution des faits. Cependant, lorsque l'actualité s'articule autour de débats clivants, plusieurs sont passés, en particulier depuis 2020¹⁰, d'un journalisme engagé à un journalisme militant (Center for Journalism Ethics, 2011).

Ce type de journalisme a fait l'objet d'un atelier houleux au congrès annuel de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) en 2022, car il en va de la confiance du public envers le système d'information. La posture militante conduit à accroître la méfiance envers les médias et le journalisme citoyen qui l'accompagne n'échappe pas aux forces du marché.

Engagés, les journalistes n'ont pour objectif que d'informer le public, non de servir une faction ou une idéologie. Les journalistes militants auront toujours tendance à éliminer ce qui peut être gênant pour les causes qu'ils épousent. Les premiers veillent à considérer les faits sans parti pris explicite, à pratiquer le doute, à penser jusqu'à un certain point contre eux-mêmes. S'ils sont amenés par cet engagement et au nom de leurs valeurs à émettre leur opinion sur les questions qu'ils traitent, ils le font en s'appuyant sur des faits vérifiables et sans en omettre d'essentiels à la

9. Au Québec, les salles des nouvelles ont perdu le quart de leurs effectifs entre 2016 et 2024, soit 2 800 journalistes dans 250 médias d'information (Giroux, 2022).

10. Dans la foulée de l'assassinat en direct de George Floyd par le policier Derek Chauvin le 25 mai 2020 à Minneapolis.

compréhension. Leurs valeurs personnelles ne doivent pas être considérées comme des dogmes ou des vérités absolues (Ingram, 2018).

C'est lors d'entrevues que le public considère davantage les journalistes comme partisans. Conduire une interview n'est pas défendre une position, mais accepter d'entendre ce que quelqu'un a à confier sans le pousser vers ce qu'on veut lui faire dire. L'écoute n'est toutefois pas synonyme de complaisance. Si le rôle de l'intervieweur est de recueillir le point de vue de son interlocuteur, il est aussi d'en faire apparaître les incohérences et les contradictions. Cela n'est pas être partisan ou partial, car dans cette joute verbale, les journalistes ne présentent pas d'allégations divergentes de celles de leurs interlocuteurs comme étant les leurs. Ils rattachent les objections qu'ils opposent aux propos tenus à des arguments accessibles et évitent de relancer leur interlocuteur par des affirmations en privilégiant le mode interrogatif.

Dès qu'ils cèdent leur rôle de témoin critique à une posture d'acteur sociopolitique, en promouvant ou en endossant ouvertement des propos militants dans des événements qu'ils couvrent, ils dérogent à leurs fonctions. La déontologie journalistique repose sur l'indépendance et tout ce qui la compromet, met en doute son intégrité ou son impartialité, doit être évité. Les journalistes doivent se prémunir contre les dérives professionnelles que représentent l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation ou la non-vérification des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure¹¹.

Par ailleurs, les organes de presse devraient mieux exposer la différence entre les rubriques d'information et la page éditoriale pour montrer comment ils collectent leurs nouvelles, clarifier pourquoi ils ne peuvent parfois pas divulguer leurs sources. Comme le suggère Schudson (2019), il est peut-être temps que les journalistes reconnaissent qu'ils écrivent à partir d'un ensemble de valeurs et non simplement de la poursuite désintéressée de la vérité.

Si toute information est propagande (fruit d'un tri, sélectionnée en fonction de son message direct et sous-jacent, servant des intérêts), l'indépendance journalistique ne garantit pas à elle seule la validation de sa production/diffusion et requiert une régulation, volontaire, telle à travers un Conseil de presse comme il en existe au Québec, ou réglementaire, telle celle issue du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Pour ce faire, il faut contextualiser la production médiatique en distinguant l'information elle-même, la couverture médiatique et le travail journalistique en soi.

Liberté académique et « recherche fondamentale » en déclin

La liberté académique est la valeur cardinale qui fait en sorte que les universités sont en mesure de jouer effectivement leur rôle dans la société. Elle repose sur le principe que les universitaires ont la liberté de rechercher et de publier à la seule condition que leurs propos ne contreviennent pas aux lois, qui ne peuvent imposer que des limites raisonnables et justifiables dans une société démocratique, tels que les discours haineux, les incitations à la violence et la diffamation envers des personnes précisément ciblées (Trudel, 2020). C'est en garantissant la liberté d'enseignement et de recherche aux professeurs et aux chercheurs que les universités accomplissent leur mission

11. Les textes déontologiques n'évoquent pas directement la possibilité pour un journaliste d'être membre d'un parti politique. Ce serait édicter des règles qui reviendraient à le priver d'un droit essentiel dont peut se prévaloir chaque citoyen : s'exprimer et s'engager selon son libre arbitre. Chacun reste libre d'adhérer où il veut, mais la barrière peut être rapidement franchie lorsque les faits qu'il recueille s'avèrent en opposition avec les intérêts d'un groupe auquel il est lié.

fondamentale de production et de diffusion des connaissances ancrée dans un regard critique sur la société.

Les universités regroupent un ensemble de personnes aux opinions différentes. Elles sont des milieux organisés de manière à favoriser la confrontation des idées, envisagée comme condition du progrès et de validation des savoirs. Les universitaires doivent évidemment répondre de leurs travaux et de leurs écrits, mais dans ces institutions, la régulation des abus s'effectue par le jugement des pairs selon des processus visant à vérifier si les démarches soutenant un propos sont valides en fonction des normes qui prévalent dans les champs concernés (Trudel, 2017).

Or, sous le joug du néolibéralisme, la liberté académique est mise à mal au nom d'approches gestionnaires en vertu desquelles il importe avant tout de protéger la notoriété des institutions envisagées comme des entreprises, de manière à les rendre attractives vis-à-vis des clientèles étudiantes convoitées en se hissant au plus haut niveau des classements nationaux ou internationaux. En outre, à travers les critères du financement offert par des organismes subventionnaires publics, les gouvernements canadiens et québécois cherchent aussi parfois à détourner la recherche vers des applications commercialisables à court terme et à l'assujettir aux principes d'équité-diversité-inclusion (EDI), promus au rang d'idéologie d'État.

Concurrence universitaire et professeurs enrôlés

Dès le début des années 2000, la Politique québécoise des universités adoptée les met en compétition pour attirer les effectifs étudiants, sur lesquels repose leur financement de fonctionnement, modalité qui tourne à l'avantage des universités d'emblée les mieux dotées (avec facultés de médecine et de génie) et qui s'appuie sur une novlangue managériale (Lafortune & Roy, 2019).

Le recul de la collégialité dans les instances et la taylorisation des relations de travail, opposant les membres de la haute direction servant les « actionnaires » au personnel soumis à l'évaluation de rendement, consacre l'avènement de l'Université inc. (Ouellet & Martin, 2011).

Malgré le rejet d'un Projet de Loi sur la gouvernance des universités en 2009, la subordination des membres de la communauté universitaire à des intérêts externes s'opère en coulisse à travers des règlements relatifs à l'administration des organismes publics. Bien que le modèle donne les coudées franches aux hauts dirigeants pour atteindre certains résultats, les luttes étudiantes et professorales syndicales parviennent à maintenir l'accessibilité et la qualité de l'Université.

Mis en place cinq ans après le second référendum sur la souveraineté nationale tenu au Québec en 1995, le Programme de chaires de recherche du Canada¹² pallie alors le gel du financement de base imposé par le gouvernement du Québec et vise à substituer l'expression publique d'opinions souverainistes des intellectuels québécois par des débats sur les résultats de recherches scientifiques.

Si le financement par projet est imprévisible et peut précariser les plus petites universités, il induit aussi des effets de concentration des fonds parmi les professeurs, les champs disciplinaires et les établissements, qui privent plusieurs des moyens de réaliser des activités de recherche libre ou fondamentale.

La culture de la recherche universitaire qui s'érige depuis 25 ans s'avère ainsi productiviste alors que le nombre de publications et de référencements atteste des performances. Mais ce qui frappe après examen, c'est le recul des revenus de recherche des universités provenant des entreprises,

12. Qui mobilisent des fonds fédéraux versés aux chercheurs universitaires en vertu du pouvoir de dépenser octroyé par la constitution, bien que l'éducation soit également un champ de compétence provinciale.

comme si les gouvernements avaient pris en charge le virage entrepreneurial de la recherche et les professeurs intérieurisé les nouvelles injonctions (Lafortune & Poirier, 2019).

En cette ère de post-vérité, où les faits scientifiques ne sont plus réfutés par des avancées de la recherche, mais par des décisions politiques arbitraires et des intérêts économiques bien compris, la science peut être la cible privilégiée des pouvoirs en place et de contre-pouvoirs qui tentent d'en contrôler les termes et les conclusions.

Pour demeurer un socle de connaissances et un outil d'émancipation sociale, la science doit reposer sur l'indépendance, la rigueur et l'intégrité intellectuelle. L'exemple états-unien atteste de la voie contraire empruntée par l'administration Trump, dont l'ingérence politique dans la recherche s'intensifie. Le président a ainsi signé de nombreux décrets qui définissent ce qu'il est maintenant permis d'étudier ou de diffuser et les mots employés pour nommer les réalités investiguées. Sous couvert de rationalisation budgétaire et d'optimisation gouvernementale, ces directives envoient un message clair : certaines recherches jugées trop « politisées » ne seront plus soutenues par l'État. À l'évidence, l'alignement progressif des priorités scientifiques sur un discours politique spécifique compromet la transparence et l'intégrité des connaissances produites, empêchant l'élaboration de politiques fondées sur des données probantes.

Face à cette pression idéologique croissante, la communauté scientifique doit se porter à la défense de son autonomie, par exemple en documentant et en dénonçant les entraves à la liberté académique et à la diversité des savoirs, en exigeant des engagements nationaux et internationaux pour protéger la recherche, en renforçant les alliances académiques et en développant des réseaux de solidarité et en créant des bases de données ou des archives alternatives pour préserver la recherche d'éventuelles suppressions.

La marchandisation du savoir au service des possédants

Arrimer de plus en plus l'Université aux besoins du marché du travail et des industries, utiliser la recherche universitaire pour nourrir l'innovation technoscientifique et le profit des grandes corporations, la marchandisation du savoir prend plusieurs directions. Dans la foulée, l'institution adopte de plus en plus le fonctionnement d'une entreprise et se connecte elle-même sur d'autres entreprises afin de leur procurer non seulement la main-d'œuvre polyvalente attendue, mais aussi des découvertes brevetables et commercialisables (Ouellet & Martin, 2018).

Cette capture capitaliste des universités, transformées en agences publiques de recherche et de développement au service des entreprises privées qu'elles sont chargées d'alimenter en capital humain afin de répondre aux besoins et aux pressions du marché, n'est pas un phénomène récent, en particulier aux États-Unis où elles sont nées dans cet esprit entrepreneurial, mais elle s'est généralisée ces dernières années avec l'américanisation du monde occidental (Debray, 2017).

En témoignent les publicités de plus en plus attrayantes diffusées chaque année par les établissements pour se distinguer sur le marché des universités et celles des entreprises qui prennent les campus pour des panneaux publicitaires. En attestent également les nouveaux programmes d'études offerts empruntant les mots-valises promus par les géants de la tech pendant que les programmes classiques, moins lucratifs, sont progressivement éliminés. Résister à cette mouvance serait futile car les forces qui se cachent derrière ces avancées technologiques seraient « civilisatrices » (Cohen, 2022). On escamote ainsi tout débat sur la nature de ce que devraient être l'éducation, la société ou la civilisation.

En définitive, la plupart des transformations ou réformes impulsées ces deux dernières décennies dans le monde de l'éducation sont le fruit d'un rapport de domination qui vise à soumettre les institutions et les sociétés aux impératifs du capitalisme mondialisé. Cette inféodation de l'Université à un système économique qui s'est lui-même affranchi de toute norme sociale pour ne viser que l'accumulation sans fin de la valeur confine les chercheurs à des choix de thèmes compatibles avec l'appui financier lorgné car les montants reçus témoigneraient de la qualité des individus et de leur travail (Granjon & Paris, 2005).

Avec la dissolution de toute référence à un idéal pouvant guider la civilisation, celui d'un lieu délivrant une culture désintéressée et un savoir ayant valeur universelle, l'Université est conduite à s'arrimer à la seule quête d'expansion infinie du gain ou de la puissance dans le marché mondial ainsi qu'à la fétichisation de la technique. Dans ce cadre, la liberté académique ne doit plus être définie comme « la liberté de penser à l'abri du monde », mais comme « liberté d'agir dans le monde selon la pensée pour empêcher la déshumanisation du monde, pour promouvoir un monde plus juste » (Freitag, 2000, p. 122).

Le passage de l'administration à la gouvernance des universités témoigne d'une transformation profonde de l'idée d'Université et de son rôle dans la société. Cette transformation est elle-même indissociable de changements plus vastes, qui affectent le partage des pouvoirs et des richesses à l'échelle de tous les pays.

Bien qu'elle soit publique et sous-financée historiquement en raison de l'absence de ses diplômés dans la haute fonction publique, dont le ministère de l'Enseignement supérieur, l'Université du Québec à Montréal offre un exemple de ce virage, encore que modéré par rapport aux universités à charte où siègent majoritairement des représentants du milieu des affaires.

Ainsi, au nom de la poursuite d'une efficacité accrue, la haute direction a implanté en 2013 un système d'information qui instaure des processus de décision opaques conçus pour optimiser les rendements. Trois ans plus tard, le projet de « décentralisation » du recteur, heureusement combattu, avait pour ambition de sacrifier la démocratie institutionnelle sur l'autel de l'efficience (Lafontaine & Roy, 2019). On le voit clairement, non seulement l'imposition des principes de gouvernance est incompatible avec une institution conçue comme service public, mais l'imputabilité exclut la collégialité pourtant constitutive du modèle d'université privilégié au Québec.

Cette vision sert moins l'intérêt supérieur de l'institution et de la société que celui d'un groupuscule de dirigeants, instrumentalisés par les forces du marché, souvent par décisions gouvernementales interposées. Dans ce contexte, les acteurs universitaires ne font pas que subir cette mutation, ils y contribuent parfois, mais ils peuvent aussi s'y opposer. Un horizon de lutte peut alors être envisagé sur les bases suivantes : 1) l'Université doit former des spécialistes critiques; 2) le savoir produit et diffusé à l'Université n'étant pas neutre, celle-ci doit avoir une préoccupation éthique; 3) la communauté universitaire doit se donner une définition politique de son rôle, tant vis-à-vis de la société qu'en son sein.

Impasse de la recherche militante

Les chercheurs dont la mission est l'avancement des connaissances se voient de plus en plus brimés dans leur travail par des contraintes qui empiètent sur la liberté universitaire, sur l'autonomie des universités et sur la science elle-même. Il en va ainsi de la moralisation de la science. En s'inscrivant

dans cette voie, le discours qualifié de *woke* génère une confusion entre la validité d'un résultat et son usage moral.

Cette pratique va à l'encontre de la Loi sur la liberté académique dans le milieu universitaire, qui a été adoptée au Québec le 3 juin 2022 et qui définit la liberté universitaire comme « le droit de toute personne d'exercer librement et sans contrainte doctrinale, idéologique ou morale, telle la censure institutionnelle, une activité par laquelle elle contribue à l'accomplissement de la mission de l'établissement », entendue comme « la production et la transmission de connaissances par des activités de recherche, de création et d'enseignement, et par des services à la collectivité »¹³.

Dans plusieurs campus s'est pourtant installé un climat d'intolérance et de police du langage. À l'égard d'un nombre croissant de situations, des membres de la communauté universitaire réclament que soient diffusées des mises en garde ou que soient mis en place des espaces sécuritaires protégeant contre l'exposition à des idées que certains risqueraient de ne pas approuver. En somme, on revendique le droit de ne pas être incommodé par certains propos.

Or, depuis un jugement de la Cour suprême du Canada rendu en 2021 (Ward c. Québec¹⁴), on sait qu'il n'existe pas au Canada une telle chose qu'un droit à ne pas être offensé. En elles-mêmes, les paroles ou les images ne sauraient constituer des menaces à la sécurité de l'environnement d'apprentissage. Surtout, on ne peut postuler que seuls ceux qui se sentent offensés peuvent légitimement se prononcer sur l'existence d'une infraction.

La recherche militante, dans ses manifestations récentes, a ouvert la porte à un arbitraire qui porte atteinte à une quête honnête de vérité. Cette mouture du courant *woke*¹⁵ banalise l'idéologie au détriment de la rigueur scientifique. Les pratiques de censure, d'annulation et de police de la pensée ont ainsi été rapidement récupérées et mises en œuvre par les mouvements de droite, voire d'extrême droite (Moreau, 2025). Animé par la justesse de ses causes, le « chercheur éveillé » verse dans une science parallèle au service d'un projet politique. Cette propagation idéologique s'autorise ainsi une boucle fallacieuse dont la critique est absente.

Il s'agit d'une forme de politisation consumériste de la psychologie individuelle qui va de pair avec la dépolitisation du social, car parallèlement les revendications concernant les conditions de travail, les salaires, le système de santé, la qualité de l'urbanisme ou les retraites s'effacent derrière la virulence de la singularisation identitaire, qui induit une dissolution d'un horizon commun au profit d'intérêts catégoriels (Paquin, Lafortune & Mesli, 2023).

L'identitarisme, incluant certaines théories du genre, relève d'un discours tenu par une poignée de chercheurs universitaires, relayé par des étudiants endoctrinés, qui atteste d'une propagande à l'œuvre (Grinnshpun, 2023), dont les modèles rhétoriques reprennent les litanies des anciens partis d'extrême gauche, la figure du bourgeois exploiteur étant remplacée par celle de l'hétérosexuel caucasien privilégié (Baril, 2007). Ces positions idéologiques sont présentes dans l'enseignement, la recherche, la prise de parole publique de l'institution et s'observent dans les comportements de collègues qui ne supportent pas le principe scientifique du débat contradictoire. Or, toutes les

13. Cf. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/l-1.2>

14. Cf. <https://decisions.scc-csc.ca/scc-csc/scc-csc/fr/item/19046/index.do>

15. L'expression est utilisée à l'origine dans un ouvrage paru en 1896, *The awakening of the Negro* (Atlantic Magazine Archive : <https://cdn.theatlantic.com/media/archives/1896/09/78-467/132050072.pdf>) de Boosler T. Washington, ancien esclave devenu professeur et fondateur de l'Université Tuskegee dans l'Alabama avec le projet de former une élite afro-américaine. Le mot *awakening* renvoie alors à l'idée que chaque Noir doit révéler les facultés qu'il a en soi. Au début du XXI^e siècle, le terme a glissé vers la déconstruction, happé par un mouvement d'idées apparu aux États-Unis appelant à une prise de conscience et à une lutte contre des injustices结构uelles s'exerçant aux dépens de certaines catégories de la population et sur lesquelles seraient fondées les sociétés occidentales.

tentatives historiques de construire un être humain nouveau, débarrassé de sa culture étouffante, ont fait beaucoup de victimes.

La dynamique de changements sociaux initiée par la propagande du genre qui appelle ouvertement à la destruction des fondements anthropologiques de l'humanité, est d'autant plus néfaste qu'elle se conjugue avec les courants transhumanistes qui animent les riches dirigeants du Web. On trouve dans les textes des idéologues du genre le programme clairement annoncé : la négation du corps et la déstabilisation de l'identité sont renforcées par une critique radicale de l'hétérosexualité et le caractère performatif candidement attribué aux acteurs (< je suis ce que je dis ou ce que je sens >).

Conclusion

On assiste, à mesure que l'emprise de l'idéologie néolibérale s'accroît, à un certain revirement de la pensée critique. Devenus porte-paroles de conquérants économiques et politiques, journalistes et professeurs intégrés, enrôlés ou militants ne suscitent plus la réflexion autonome et éclairée des citoyens. Leur recrutement au sein des organes médiatiques et des universités est aujourd'hui conditionné par l'adhésion à des valeurs qui reposent moins sur la dissimulation de savoirs que sur la promotion des nouveaux dogmes, telles que la création de richesses et l'innovation.

La prolifération, d'une part, tant des vérités officielles et des fake news que du journalisme militant, et d'autre part, tant de la recherche appliquée que militante, atteste de l'invasion de l'espace public par la propagande publicitaire. En étouffant l'échange libre et raisonné des idées, les sociétés contemporaines inhibent la quête honnête de vérité pourtant essentielle à la prise de décisions communes éclairées. La vérité recherchée est liée à l'obligation de transparence des pouvoirs publics et de rigueur de l'activité académique, mais elle ne s'y résume pas. L'évitement du partage réel de l'espace médiatique et intellectuel condamne à un nouvel obscurantisme (Perrier, 2025).

La marchandisation du savoir confine à des choix académiques d'enseignement et de recherche adossés à des objectifs commerciaux de croissance. En réponse, les idéologies identitaires contemporaines cherchent à remplacer les processus scientifiques éprouvés (recherche ouverte, débats rigoureux, empirisme et conclusions fondées sur des inférences logiques) par des critères subjectifs fondés sur l'identité des auteurs et une nouvelle orthodoxie.

Les professeurs doivent défendre l'intégrité de leurs champs d'étude et appeler au soutien à des recherches scientifiques falsifiables et non partisanes, car la science maximise sa contribution au bien commun quand elle se consacre à la recherche libre de la connaissance, à l'abri des courants idéologiques.

De la même manière, le rôle des journalistes consiste à suivre la vérité de manière indépendante et à essayer d'outiller le public avec les faits, le contexte et la compréhension dont il a besoin pour qu'une société démocratique se gouverne. Si d'une part, la concentration des médias contraint à la censure et l'autocensure, d'autre part, le journalisme militant favorise une certaine cause, un parti, un groupe, une idéologie, voire une solution spécifique à un enjeu précis, en perdant de vue l'intérêt général.

On ne peut souscrire à la certitude des journalistes qui amorcent un reportage en sachant quelle histoire ils veulent raconter et quel résultat ils veulent diffuser ou promouvoir. Cette posture

est dangereuse car elle réduit le journalisme à une affaire de persuasion plutôt qu'à une posture de recherche ou d'enquête.

La liberté de la presse consiste à suivre les faits où qu'ils mènent. Elle exige que les journalistes publient ce qu'ils apprennent de manière juste et complète, peu importe l'identité des personnes mécontentes ou les possibles conséquences politiques. L'indépendance demande qu'on énonce clairement les faits, même s'ils semblent favoriser une partie à un conflit, et implique de décrire fidèlement les ambiguïtés et les débats dans les cas fréquents où les faits ne sont pas clairs ou quand leur interprétation prête à des divergences raisonnables, laissant ainsi aux lecteurs le soin d'apprécier par eux-mêmes cette ambiguïté. La liberté de la presse place la vérité et sa recherche dans un esprit d'ouverture sceptique, au-dessus de toute autre considération, ce qui constitue de nos jours un projet radical.

Le parallèle s'établit aisément entre les réponses procurées par des professeurs et par des journalises en réaction aux injonctions néolibérales : ils ne jugent plus à l'aune de la vérité, mais de ses conséquences. Dans les deux cas, on déplore que des informations et des analyses valides soient évacuées en raison de l'effet qu'elles pourraient avoir sur certaines personnes ou de l'utilisation politique qui pourrait en être faite.

Des tenants de gauche comme de droite tentent d'inverser cette logique : la « bonne science » et le « bon journalisme » sont ceux qui mènent aux résultats souhaités, alors que la « mauvaise science » et le « mauvais journalisme » sont ceux qui nous contredisent ou qui pourraient aider nos adversaires.

Puisque la fin justifie les moyens, on évacue sciemment des faits, des idées et des gens de l'espace public. Les sujets sont retenus ou repoussés suivant la ligne éditoriale : le sens global des informations doit converger dans un récit simple. Les perspectives opposées sont évacuées ou caricaturées, les conjonctures et les analyses tronquées, les citations sélectionnées pour favoriser un camp et défavoriser l'autre.

On est ainsi passé dans l'exercice du journalisme comme dans celui de l'activité de recherche d'une éthique déontologique et scientifique, socle de crédibilité qui s'ancre dans l'intégrité des méthodes, à une morale à géométrie variable qui se fonde sur la conformité à des crédos idéologiques.

Il faut plutôt renouer avec une éthique partagée dans les milieux journalistique et scientifique. Les méthodes doivent être rigoureuses et éprouvées. Les conflits d'intérêts doivent être déclarés. Les résultats doivent être répliquables et correctement rapportés. Les analyses doivent être transparentes. Les conclusions doivent être logiques, en reconnaissant leurs limites, et découler des résultats des enquêtes. Enfin, les auteurs doivent accepter les critiques et y répondre.

C'est à ce prix que l'information validées et les recherches corroborées pourront permettre au public de participer réellement aux délibérations qui ponctuent l'évolution des sociétés démocratiques et qui permettent d'échapper à l'emprise de la publicité qui ne sert ultimement que les intérêts des possédants.

Références

- Amable, B. (2021). *La résistible ascension du néolibéralisme*. La Découverte.
- Aubin, F., George, É. et Rueff, J. (dir.) (2022). *Perspectives critiques en communication*. PUQ, <https://www.puq.ca/catalogue/livres/perspectives-critiques-communication-3819.html>
- Baillargeon, N. (2005). *Petit cours d'autodéfense intellectuelle*. Lux.
- Baril, A. (2007). De la construction du genre à la construction du « sexe ». *Recherches féministes*, 20(2), 61-90. <https://doi.org/10.7202/017606ar>
- Bernays, E. (2009, c1928). *Propaganda*. Lux.
- Center for Journalism Ethics (2011). *The fall and rise of partisan journalism*. University of Wisconsin-Madison, School of Journalism and Mass Communication.
- Chancerel, J.-L. et Varin, S. (dir.) (2021). *Variations critiques à propos du néolibéralisme : aspects philosophiques, politiques, économiques et éducatifs*. L'Harmattan.
- Cohen, D. (2022). *Homo numericus : la civilisation qui vient*. Albin Michel.
- Colon, D. (2019). *Propagande : la manipulation de masse dans le monde contemporain*. Flammarion.
- Colon, D. (2023). *La guerre de l'information : les États à la conquête de nos esprits*. Tallandier.
- Debray, R. (2017). *Civilisation : comment nous sommes devenus américains*. Gallimard.
- Deneault, A. (2025, 22-23 nov.). L'intellectuel à la télévision. *Le Devoir*.
- Deneault, A. (2013). « *Gouvernance* » : le management totalitaire. Lux.
- Empoli, G. da (2019). *Les ingénieurs du chaos*. Lattès.
- Enroth, H. (2023). Crisis of Authority: The Truth of Post-Truth. *Journal of Politics, Culture, and Society*, 36: 179-195. <https://doi.org/10.1007/s10767-021-09415-6>
- Ewen, S. (2022, c1983). *Consciences sous influence : publicité et genèse de la société de consommation. Culture & racines pour un nouveau paradigme*.
- Fisher, C. (2016). The advocacy continuum: towards a theory of advocacy in journalism. *Journalism*, Vol. 17(6), 711-726. DOI: 10.1177/1464884915582311.
- Fitoussi, J.-P. (2004). *La démocratie de marché*. Grasset.
- Freitag, M. (2000). Contre l'aliénation totale : l'assujettissement de l'éducation à l'économie globalisée comme abandon de la civilisation et suicide des sociétés. Dans Guilmain, B. (dir.), *L'essor de nos vies : parti pris pour la société et la justice*. Lantôt, p. 97-122.
- Giroux, D. (2022). *Les médias québécois d'information : état des lieux*. Centre d'étude sur les médias, Université Laval. <https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2020/10/cem-etatdeslieux-2022.pdf>
- Goëta, S. (2024). *Les données de la démocratie*. C&F Éditions.
- Granjon, F. et Paris, E, (2005). Marchandisation des savoirs, privatisation de la recherche et réformes de l'université français. *Sciences de la société*, 66 : 165-179.
- Grinnshpun, Y. (2023). *La fabrique des discours propagandistes contemporains*. L'Harmattan.
- Habermas, J. (1978). *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Payot.
- Ingram, M. (2018, June 15). Advocates are becoming journalists. Is that a good thing? *Columbia Journalism Review*.
- Joule, R.-V. et Beauvois, J.-L. (2014). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Presses universitaires de Grenoble.
- Lafortune, J.-M. et Poirier, H. (2019). La liberté universitaire comme forme spécifique d'autocontrainte. Dans Baillargeon, N. (dir.), *Liberté surveillée*. Leméac, p. 245-264.

- Lafortune, J.-M. et Roy, M. (2019). Quand décentralisation rime avec concentration des pouvoirs. Dans Demers, L., Bernatchez, J. et Umbriaco, M. (dir.). *De l'administration à la gouvernance des universités : progrès ou recul ? L'expérience du Québec* (p. 121-134). PUQ. <https://www.puq.ca/catalogue/livres/administration-gouvernance-des-universites-progres-recul-3406.html>.
- Lasswell, H. (1927). The theory of political propaganda. *The American Political Science Review*, Vol. 21, N° 3, p.627-631. <https://www.jstor.org/stable/1945515>
- Lippmann, W. (1997, c1922). *Public opinion*. Simon and Schuster.
- McGarry, E. (1958). The propaganda function in marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 23, N° 2, p.131-139. <https://www.jstor.org/stable/1247829>
- Martin, É. et Mussi, S. (2023). *Bienvenue dans la machine : enseigner à l'ère numérique*. Écosociété.
- Moreau, P. (2025, 2 avril). Entre le marteau woke et l'enclume trumpiste. *Le Devoir*.
- Ouellet, M. et Martin, É. (2011). *Université inc.* Lux.
- Ouellet, M. & Martin, É. (2018). University transformations and the new knowledge production regime in informational capitalism. *tripleC* 16(1) : 78-96. <http://www.triple-c.at>
- Ouimet, A. (2004). Accès à l'information : vers une plus grande transparence. *Éthique publique*, vol. 6, no 2. DOI 10.4000/ethiquepublique.
- Paquin, M., Lafontaine, J.-M. et Mesli, S. (2023). *Équité, diversité et inclusion au sein des universités québécoises*. UQTR/UQAM. <https://depot-e.uqtr.ca/id/eprint/11056/>.
- Petit, L. (2020). *L'éducation aux médias et à l'information*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Perrier, B. (2025). *L'obscurantisme au pouvoir : quand la pensée dominante entrave la connaissance*. Mix Milo.
- Reporters sans frontières - RSF (2025). *Classement mondial de la liberté de la presse 2025*. <https://rsf.org/fr/classement-mondial-de-la-libert%C3%A9-de-la-presse-2025-plus-de-la-moiti%C3%A9-de-la-population-mondiale-dans>
- Robert, A.-C. (2021). *Dernières nouvelles du mensonge*. Lux.
- Rullán, C. (2021) Épistémologies militantes. Se réapproprier la science. *À Bâbord*, 90. <https://www.ababord.org/Epistemologies-militantes-Se-reapproprier-la-science>
- Saulnier, A. (2022). *Les barbares numériques : résister à l'invasion des GAFAM*. Écosociété.
- Sauvageau, F. et al. (2018). *Les fausses nouvelles, nouveaux visages, nouveaux défis : comment déterminer la valeur de l'information dans les sociétés démocratiques*? PUQ.
- Schudson, M. (2019). Approaches to the sociology of news. In J. Curran, & D. Hesmondhalgh (Eds.), *Media and Society*. Bloomsbury, p. 139 – 166. <https://doi.org/10.5040/9781501340765.ch-008>
- Tarlé, A. de (2023). *La fin de l'information*? Éditions de l'Atelier.
- Tocqueville, A. de (1848). *De la démocratie en Amérique*. Pagnerre. https://fr.wikisource.org/wiki/De_la_d%C3%A9mocratie_en_Am%C3%A9rique/%C3%89dition_1848/Tome_3/Deuxi%C3%A8me_partie/Chapitre_11
- Tremblay-Pépin, S. (2025). *Intrigues. Petit manuel pour une critique des relations publiques*. Lux
- Trudel, P. (2020, 14 janvier) L'université, espace de libre expression. *Le Devoir*.
- Trudel, P. (2017, 28 mars). Le vrai danger de l'affaire Andrew Potter. *Le Devoir*.
- Voisard, A.-M. (2018). *Le droit du plus fort : nos dommages, leurs intérêts*. Écosociété.
- Wiewiorka, M. (2025). Critique de la publicité à l'ère numérique. *Socio*, 20 : 159-168. <https://doi.org/10.4000/1431h>
- William, R. (1990). Publicité : le système magique. *Réseaux*, 8, 42 : 73-95. https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1990_num_8_42_1770
- Zuboff, S. (2020). *L'âge du capitalisme de surveillance*. ZULMA.