

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois,
Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan

Plus personne n'est journaliste

Plus personne n'est journaliste

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois, Jean-Baptiste Lesourd, Christiane Peyron Bonjan, institut de recherche en sciences de l'information et de la communication d'Aix-Marseille

La déferlante des TIC introduit une restructuration du système médiatique et par là même une redéfinition du statut journalistique. En s'opposant au « tous journalistes ! », Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois, Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan prônent l'application des codes déontologiques au journalisme web ainsi qu'une formation journalistique sérieuse fondée sur la recherche d'une haute qualité de l'information et une éthique de la responsabilité.

« Informer un homme, lui fournir les éléments d'une conviction ou d'un jugement est tout autre chose que lui procurer un chapeau ou une paire de chaussures »

(Hubert Beuve-Méry, dans *Le Monde* du 19 avril 1956).

Les nouvelles technologies ouvrent des perspectives fascinantes : les « pronétaires » et autres internautes utilisent les potentialités d'Internet dans de multiples directions. Les consommateurs devenus producteurs produisent des logiciels (Linux), créent du contenu sous forme de textes (OhmyNews ; Wikipedia), d'audio (Podcast), d'images (Flickr) ou de vidéos (YouTube). Cette logique de consommateurs/producteurs touche de plus en plus les médias et en particulier la presse écrite. Mais, à force d'affirmer que tout le monde est journaliste, le journalisme ne risque-t-il pas de disparaître ? Le titre de notre article, volontairement provocateur, vise à stimuler la réflexion dans ce domaine et ne doit évidemment pas être interprété au premier degré. Il faut reconnaître l'incontestable intérêt des applications liées à Internet (largement présentées dans différents articles du présent numéro de *MédiaMorphoses*), mais il convient aussi d'avoir du recul dans l'analyse de l'impact de ces technologies et du rôle fondamental du journaliste.

En effet, les technologies de l'information et de la communication (TIC), et notamment le développement d'Internet

et du Web 2.0, provoquent une « *abondance informationnelle*¹ » et une « *opulence communicationnelle*² ». Tous les jours, nous recevons des quantités d'informations. Ces informations constituent un flux diversifié et permanent. Vraies ou fausses, manipulées un peu, pas du tout ou beaucoup, non hiérarchisées, elles sont répandues à une vitesse accélérée grâce à ce nouveau média qu'est Internet. Les flux d'informations que nous recevons de façon quotidienne s'accumulent. Notre pensée, notre opinion germe à partir des informations qui sont diffusées³. Avec l'abondance de l'information est née l'illusion d'une démocratie qui « croît » proportionnellement aux débits des réseaux. Pourtant, c'est surtout un « torrent » d'informations qui déferle. La confiance envers les producteurs d'informations, journalistes ou *blogueurs*, devient évanescence. Or, depuis déjà longtemps, la question de l'éthique se pose. « *Éthique urgente – stop* », s'exclamait Jean-Jacques Servan-Schreiber en 1972. Ajoutons « *Formation indispensable – stop* » ! Retrouver les chemins du « sens » et de « la vérité » constitue une exigence fondamentale du journalisme.

Plus personne n'est journaliste

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois,
Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan

Un torrent de technologies et d'informations

Depuis Marshall McLuhan selon lequel « *the medium is the message*⁴ » les TIC se développent à une allure vertigineuse, occupent un espace économique de plus en plus grand⁵ et exercent une fascination sur l'ensemble de la société. Elles symboliseraient même l'avènement de la démocratie numérique. Avec l'augmentation des débits sur les réseaux la quantité d'informations disponibles explose. Tandis que le travail des journalistes est bouleversé, le citoyen, téléspectateur et internaute, devient non seulement un usager des TIC, mais aussi un producteur d'information. John V. Pavlik, directeur du Center for New Media de la Columbia University donne l'exemple de l'omni caméra à 360 degrés⁶ : sans aucune attention, le journaliste peut capter l'ensemble de l'information disponible en un endroit donné. Grâce aux TIC, un monde idéal du journalisme apparaît dans lequel l'internaute navigue et surfe sur les informations, dispose de dossiers approfondissant une thématique et a une information personnalisée et « contextualisée ». Les applications liées aux potentialités du Web 2.0⁷, tels les flux RSS, facilitent la recherche et les échanges d'information. Les nouveaux médias seraient censés fournir une meilleure information aux citoyens avec l'essor d'un journalisme civique se développant grâce à Internet, où les citoyens pourraient vérifier, accéder directement eux-mêmes aux sources d'information, corriger les erreurs, discuter... La démocratie elle-même se trouverait ainsi renforcée (voir la cyberdémocratie planétaire envisagée par Pierre Lévy⁸, par exemple). Tout le monde deviendrait même journaliste⁹ !

Un torrent d'informations et la logique du « tout communication » semblent tout emporter. Paul Watzlavick, éminent représentant de l'école de Palo Alto, avait souligné : « *On ne peut pas ne pas communiquer*¹⁰. » Avec les TIC, plus que jamais nous sommes, semble-t-il, dans un monde de communications. Or, selon Todd Gitlin, la chose la plus importante, en ce qui concerne les « *communications* » aujourd'hui, « *n'est pas qu'elles déçoivent (ce qu'elles font) ; ou qu'elles diffusent une idéologie limitée (ce qu'elles font) ; ou qu'elles insistent sur le sexe et la violence (ce qu'elles font) ; [...] ou qu'elles réduisent le langage (ce qu'elles font sûrement) – mais qu'avec tous leurs mensonges, leurs biais et leurs plaisirs superficiels, elles satu-*

*rent notre mode de vie [...]. À un niveau jamais atteint, le torrent d'images, de chansons et d'histoires en "streaming" est devenu notre univers familier*¹¹ ».

Dans un tout autre registre un dramaturge contemporain, Valère Novarina, écrit à propos de la communication : « *Voici que les hommes s'échangent maintenant les mots comme des idoles invisibles, ne s'en forgeant plus qu'une monnaie : nous finirons un jour muets à force de communiquer ; nous deviendrons enfin égaux aux animaux car les animaux n'ont jamais parlé mais toujours communiqué très, très bien. Il n'y a que le mystère de parler qui nous sépareit d'eux. À la fin nous deviendrons des animaux : dressés par les images, hébétés par l'échange de tout, redevenus des mangeurs du monde et une matière pour la mort*¹². » La métaphore adéquate pour comprendre les effets dévastateurs du « tout communication » est sans doute celle du flot ou du torrent. Le déferlement de communication est immédiatement sidération, anéantissement de la parole et surgissement spontané du chaos des émotions et des affects primaires, libres de toute pensée et de toute représentation.

Le flot illimité d'informations, la désinvolture avec laquelle on traite le principal métier en charge de la production d'informations, à savoir le journalisme, ont débouché ces dernières années sur quelques scandales « célèbres ». Il y a par exemple l'histoire du rédacteur du *New York Times* qui « *durant des mois, avait inventé des reportages et plagié à tour de main [...]. Il y eut aussi – faut-il dire surtout ? – ce glissement insidieux d'informations mal contrôlées à propos de la guerre en Irak*¹³ ». Les exemples d'erreurs d'appréciation ou même d'erreurs quotidiennes diverses pourraient être multipliés grâce à une observation permanente des médias. Les dérives de l'information médiatique ont deux conséquences liées : d'une part la perte de confiance du public envers les producteurs d'information, d'autre part le développement d'une vision selon laquelle tout le monde deviendrait journaliste grâce aux potentialités des nouveaux médias.

Le journaliste et le « blogueur » : la confiance évanescence ?

La confiance envers les médias traditionnels est limitée. Selon l'enquête *La Croix/TNS Sofres*¹⁴ de janvier 2008, 72 % des Français portent un intérêt très grand ou assez

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois,
Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan

Plus personne n'est journaliste

grand aux nouvelles données par les moyens d'information (presse, radio, télévision). Dans le même temps les médias inspirent une confiance limitée, voire une défiance relativement forte. Ainsi, dans le cadre de l'enquête *La Croix/TNS Sofres* de janvier 2008, la question : « *Pour les nouvelles que vous voyez à la télévision, est-ce que vous vous dites plutôt que les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme le montre la télévision ?* », recueille 46 % de oui et 50 % de non (4 % sans opinion). En d'autres termes, le média dominant, la télévision, n'inspire pas vraiment confiance. Les résultats sont légèrement plus positifs pour la presse et la radio. Mais c'est surtout le métier de journaliste qui est considéré dans l'opinion publique comme un métier inspirant peu confiance. Une récente étude de *Reader's Digest*¹⁵ démontre cette faible confiance vis-à-vis des journalistes : si la confiance des européens à l'égard des pompiers ou des professions médicales est au plus haut – 95 % pour une confiance « grande », voire « immense », envers les pompiers, 89 % pour les pharmaciens et 86 % pour les infirmières, 85 % pour les médecins... –, à l'autre extrémité figurent les hommes politiques (au 20^e rang avec 7 %), les syndicalistes (18^e) et les journalistes (16^e avec 29 %).

Les nouveaux médias inspirent, quant à eux, une confiance incertaine. Certes, la suspicion qu'inspirent les médias traditionnels laisse de la place pour des informations provenant d'autres sources, qu'elles soient ou non « professionnelles ». La profusion des blogs ou autres sites Web créés par des individus, des associations, etc., sans aucune limitation à l'exception des règles de droit sur la diffamation et le respect des personnes, est-elle susceptible d'améliorer la confiance ? Les caractéristiques très particulières d'Internet, telles que l'interactivité, sont-elles perçues comme décisives dans la relation qu'entretient le citoyen avec l'information ? On peut en douter si l'on observe les résultats de l'enquête *La Croix/TNS Sofres*. En effet, La confiance dans Internet semble très faible comparée à celle accordée aux autres médias, puisque seulement 31 % des personnes interrogées en janvier 2008 pensent que les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme Internet les montre ; cependant, d'une part l'évolution des réponses est à la hausse puisque le chiffre était de 21 % en janvier 2005, d'autre part il faut remarquer que les avis négatifs atteignent un faible niveau

(22 % en 2008), alors que les sans opinion dominant (47 % en 2008). Ce résultat montre que les internautes ont des difficultés pour cerner la crédibilité de certains sites Web. En outre, il ne semble pas que l'émergence d'Internet ait affecté de façon importante la confiance que les français ont dans les médias traditionnels : au-delà des fluctuations d'une année sur l'autre, les enquêtes *La Croix/TNS Sofres* menées depuis plus de vingt ans ne révèlent pas d'effondrement récent de la confiance pour la presse, la radio ou la télévision. Ainsi il n'y aurait pas, du moins actuellement, de report de confiance d'un média sur un autre. Bien évidemment, ces données sont très générales et n'excluent pas des choix ciblés à l'intérieur de chaque média. La profusion des sources d'information et de divertissement médiatique est inévitablement accompagnée d'une segmentation très grande : tout le monde ne regarde pas la même chaîne de télévision, ni, a fortiori, ne se connecte sur le même site Web !!

La confiance limitée envers les médias traditionnels s'accompagne donc de l'incertitude par rapport aux nouveaux médias : le résultat de l'enquête *La Croix/TNS Sofres* est très significatif de l'ambiguïté d'Internet. À la fois média de masse, puisque un même site Web peut être regardé par des millions de personnes, et média de communication interpersonnelle (email, forums...), Internet change indiscutablement la donne du monde des médias. Alors qu'Internet est devenu un outil de recherche d'information majeur, il faut souligner, à la suite de Loïc Hervouet¹⁶, que ce bel outil, comme Janus, présente deux faces, la meilleure comme la pire. Il est possible d'avoir une vision optimiste, mais on peut opposer à cette perspective une vision pessimiste : en effet, Internet est un média :

- libre, mais n'importe qui peut diffuser n'importe quelle information (d'où des informations fausses, incomplètes et des risques de manipulation) ;
- gratuit, mais la gratuité risque d'induire une baisse de la qualité ; Internet est un média souple mais il facilite le copiage ;
- unifiant, mondial, mais il peut favoriser aussi la pensée unique ;
- interactif, mais l'interactivité n'est pas la communication, encore moins la connaissance.

Plus personne n'est journaliste

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois,
Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan

Cet exercice pourrait longuement être poursuivi à propos d'autres attributs que l'on prête à Internet. En réalité, il ne faut pas être hypnotisé par la technologie, par l'outil. Reconnaissons l'intérêt de nombre d'applications d'Internet mais revenons à l'essentiel : quels sont les fondements du journalisme ?

Les fondements du journalisme : « Éthique urgente – stop »¹⁷ »

Contrairement aux idées reçues, le journalisme est un métier particulièrement exigeant, notamment si l'on prend en compte la dimension éthique. Les journalistes et les médias eux-mêmes sont conscients des problèmes qui existent dans ce domaine. Déjà, en 1972, Jean-Jacques Servan-Schreiber terminait un ouvrage par un chapitre 4 intitulé : « Éthique urgente – stop »¹⁸. » Un numéro du *Figaro magazine* du 22 novembre 2003 titrait : « Vulgarité, télé-réalité, violence, sexe... Télévision : pourquoi il faut arrêter la dérive ». Le magazine s'interrogeait sur les écrans de l'imposture pour le cas de la télé-réalité, dévoilait les pièges de la télévision poubelle italienne, montrait comment les émissions de ragots se développaient en Espagne tandis qu'au Royaume-Uni des choix « légèrement cyniques » conduisaient à des échanges d'épouse, des autopsies en direct ou de la roulette russe...

Hervé Bourges fait un bilan remarquable des exigences liées au métier de journaliste : « *Il existe une profonde demande de rigueur et de qualité de l'information, une attente de vérité et d'honnêteté. [...] Ne pas tirer les conséquences de cette expression récurrente, c'est exposer à de graves dangers le fonctionnement de la démocratie elle-même, auquel les médias sont désormais consubstantiellement liés. C'est aujourd'hui à tous les hommes de médias d'accomplir un effort décisif de professionnalisme et d'intégrité pour redonner une crédibilité à leurs titres et à leurs antennes. Les journalistes sont aux avant-postes de la société d'information, leur visibilité en fait des vigiles mais aussi des exemples, ils ne peuvent pas s'autoriser de faiblesse. Dans un univers de communication, c'est-à-dire, comme l'écrit Noam Chomsky, "de propagande généralisée", une démocratie réelle passe par un travail consciencieux, appliqué, modeste et rigoureux de tous ceux qui font profession d'informer [...] La leçon de la*

*démocratie, c'est d'abord le doute. Rien n'est assez simple pour être réduit en trois formules. Il faut accepter les ajouts et les corrections, les ajustements, voire les changements de cap. Il n'y a pas de vérité définitive. Le pluralisme et le débat sont indispensables. Les citoyens doivent être capables de prendre quotidiennement du recul par rapport aux événements qui se bousculent tous azimuts. Plutôt que d'aller au plus simple, au plus rapide, au plus spectaculaire, ils doivent être en mesure de se rapprocher au plus près de la réalité qui n'est jamais manichéenne*¹⁹. »

« "Vous ne pouvez pas servir le bien public sans avoir la vérité en ligne de fond", a dit Carl Bernstein, l'ancien reporter du *Washington Post* qui, avec Bob Woodward, a couvert le scandale du Watergate, qui a conduit à la démission du président Richard Nixon. Trop souvent, a dit Bernstein, la recherche toujours croissante des profits a remplacé l'obligation professionnelle de chercher "la version la meilleure possible de la vérité" [the best obtainable version of the truth]²⁰. »

De fait, le vrai journalisme repose sur des valeurs essentielles. Associant la responsabilité individuelle et la responsabilité collective, elles sont étayées par les codes de déontologie de la profession. Très prosaïquement un journaliste nous expliquait que ses règles éthiques consistaient tout simplement pour lui à être au clair chaque jour avec sa conscience personnelle. Il considérait avoir fait honnêtement son métier. Il nous paraît évident que c'est la responsabilité personnelle de l'individu qui est en cause. Le journaliste sera « certes, en partie guidé par les conventions sociales du milieu dans lequel il opère, par les règles qui sont édictées, par la loi, même, mais cela ne suffira pas à le dédouaner de sa responsabilité personnelle. C'est vis-à-vis de lui-même qu'il aura à justifier son comportement. "Les lois ne sont rien sans les mœurs, ni le meilleur outil sans la main qui l'anime", écrivait Beuve-Méry²¹. »

Les journalistes exigeants, et ils sont majoritaires et nombreux, ont défini des pratiques rigoureuses et élaboré des codes de déontologie ainsi que des chartes à l'intérieur de différents journaux. Le syndicat national des journalistes fait référence à la charte des devoirs professionnels des journalistes français, adoptée dès 1918, révisée et complétée en 1938. Cette charte souligne la responsabilité du journaliste, le refus de la calomnie, l'intégrité du journaliste, le

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois,
Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan

Plus personne n'est journaliste

refus du plagiat, l'importance du secret professionnel et l'honnêteté (pour plus de détails voir le site du SNJ <http://www.snj.fr/>). Une formulation plus récente et plus complète de la charte des journalistes a été adoptée à Munich à l'échelle européenne en 1971. Intitulée « Déclaration des devoirs et des droits de journalistes », elle souligne notamment l'importance du respect de la vérité, de la liberté d'information, de la vie privée... Les mêmes principes sont affirmés par la société des journalistes professionnels américains qui a rédigé le premier code déontologique en 1926. Ce code, révisé en 1984, 1987, et 1996²² est articulé autour de quatre affirmations ; le journaliste doit :

- Rechercher la vérité et l'exposer (l'exactitude de l'information et des sources sont notamment mises en relief) : « *Un journaliste doit être honnête, équitable et courageux dans ses efforts pour rassembler, rapporter et interpréter l'information* » ;
- Respecter les diverses parties prenantes de son activité : « *Les journalistes soucieux de déontologie traitent leurs sources, sujets et collègues comme des êtres humains méritant respect* » ;
- Agir de manière indépendante : « *Un journaliste ne doit avoir d'autre intérêt que le droit à l'information du public* » ;
- Être responsable : « *Un journaliste doit assumer ses responsabilités envers ses lecteurs, auditeurs, spectateurs et collègues* ».

Si l'espace ne nous était compté, nous montrerions aisément à quel point Internet peut dans certains cas être en opposition totale avec ces principes fondamentaux.

« ... Formation indispensable – stop... »

Tout le monde considère l'information comme la matière première fondamentale de nos sociétés, tout le monde réclame un haut degré de responsabilité de la part des journalistes, et dans le même temps aucun critère n'empêche de devenir journaliste, aucun diplôme spécifique n'apparaît nécessaire. Comme le fait remarquer François Simon, « *nul ne s'imagine médecin s'il n'a fait d'études de médecine, ni architecte s'il ne possède le diplôme, ni ingénieur s'il ne sort d'une école qui en donne le titre, alors que tout un chacun peut s'imaginer journaliste [...]* » pourtant, « *informer n'est*

pas si simple... "Il n'est pas nécessaire d'être journaliste pour constater combien il peut être difficile d'obtenir sur place, à l'instant même, des renseignements exacts à propos du fait divers le plus banal", *faisait remarquer Beuve-Méry*²³ ». Notre position est de considérer que les métiers du journalisme, comme nombre de métiers liés à l'information, à la connaissance, constituent des métiers pour lesquels on doit avoir de très grandes exigences. Il faut mettre le journalisme sur un plan de responsabilité comparable à des métiers comme ceux de médecins, d'experts en systèmes d'information... Les journalistes, comme nombre de travailleurs de la société du savoir, constituent une nouvelle catégorie d'« ingénieurs ». Évidemment, il ne s'agit pas d'ingénieurs au sens traditionnel du terme. Certes, les journalistes ne travaillent pas sur de la matière, dangereuse au sens physique du terme, mais l'information peut avoir un impact considérable et constitue un domaine sensible. Tant que ce problème ne sera pas clairement posé, et admis, tant que l'information et le traitement journalistique ne seront pas considérés comme des rouages complexes, délicats, exigeant de grandes capacités d'analyse situant ce type de fonction à un haut niveau dans la société, il faudra admettre les effets d'une pollution informationnelle aggravant certains problèmes en raison de la désinformation, ou tout au moins d'une mauvaise information.

Si être journaliste c'est permettre à autrui de se cultiver, de devenir un citoyen critique, il semble essentiel de mettre en place non seulement une formation à des techniques d'écriture, de reportage, etc., mais surtout une formation culturelle plus abstraite. À tout âge, l'enseignement de l'histoire des systèmes de concepts et valeurs propres à la philosophie mais aussi de l'histoire des mentalités, de l'histoire des religions et de l'histoire socio-politique demeure un rempart incontournable pour la formation de tout citoyen. Car, comme le pensait Hannah Arendt, la pensée est toujours vigilante à l'égard de l'événement inattendu et seule la compréhension permise par la connaissance de nombreux éclairages culturels l'autorise²⁴. Afin que les individus jugent par eux-mêmes leur histoire présente et la réinventent en agissant, il faut restaurer la connaissance des diverses fondations originaires des civilisations et de leurs créations spirituelles dans leur pluralité. Le surgissement du « monde

Plus personne n'est journaliste

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois,
Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan

commun » des humains est dépendant de la perception du surgissement des perspectives. Sans des formations sous forme de mises en scène diachroniques, le « monde commun » est perdu et seule une collection d'individus isolés demeure ; individus « déliés », « dés-intéressés » et soumis à la « désolation » et aux idéologies en vogue commentant les faits épars et divers. Ces « hommes du souci » quotidiens décrits par Martin Heidegger²⁵ entrent alors dans un « monde désenchanté » et risquent tous les futurs éventuels... L'oubli et le refus de l'enseignement de la narration des récits culturels²⁶ au profit du « tout communication et information » pourraient équivaloir à des signes annonciateurs de la perte de toute cité...

Retrouver les chemins
du « sens » et de la « vérité »

Levons immédiatement toute ambiguïté : le chemin tracé de « la » vérité et « du » sens n'existe pas ; Hervé Bourges a rappelé l'importance de la culture du doute et Carl Bernstein a évoqué la « *best obtainable version of the truth* ». Même si les chemins sont multiples et sans doute inaccessibles, encore faut-il les rechercher grâce à une attention et à un travail permanents : telle est bien la finalité du journalisme.

Si nous ne définissons pas clairement les fins du journalisme, alors ce sera la fin du journalisme. En effet, si nous sommes tous journalistes, alors c'est bien la fin du journalisme qui est programmée avec le formidable essor des TIC. S'il n'y a plus de spécificité dans le métier de journaliste, alors plus personne n'est journaliste... En réalité, il faut réfléchir sur les fins, la finalité (ou les finalités) du journalisme dans le contexte de nos sociétés modernes. À notre sens, plus il y a de technologies, plus il y a d'informations, plus la société est complexe, et plus la finalité du journalisme s'élève.

Certes, avec les nouveaux médias tout le monde peut, s'il le veut, prendre la parole, écrire, produire et mettre sur le Web toutes sortes de contenus, et on doit respecter cela. La liberté de pensée et de parole est au cœur de nos démocraties. Mais si tout le monde prend la parole, écrit, diffuse des vidéos, cela ne signifie évidemment pas que tout le monde devient un grand orateur, un écrivain reconnu ou

un cinéaste célèbre. Si tout le monde peut diffuser n'importe quoi, il est bien difficile pour quiconque de démêler l'écheveau des informations de ces millions de « journalistes ».

Nous sommes dans un système médiatique en phase de recomposition et il n'y a que deux issues. Soit rumeur et dés-information prennent l'ascendant, soit les médias et les nouveaux médias redeviennent des références fondées sur une qualité de l'information et une éthique de la responsabilité. Pour l'instant nous sommes engagés sur la première voie ; nous pensons que la seconde voie va prendre de plus en plus d'importance. Encore faut-il insister sur la nécessité d'un renouveau du journalisme ; faute de quoi, plus personne ne serait journaliste et l'on imagine les conséquences. C'est la raison pour laquelle le rôle des écoles, de la formation est crucial. Les questions du sens ou des significations, de la vérité ou des vérités, somme toute de la démocratie, doivent revenir au premier plan. Comme l'a écrit Lee Bollinger, président de la Columbia University, le journalisme est l'un des enjeux les plus importants de l'époque actuelle : « *Je pose en prémisse que le journalisme et une presse libre font partie des plus importantes institutions humaines du monde moderne. La démocratie, la société civile et les marchés libres ne peuvent pas exister au cours du temps sans eux. La qualité de la vie dans ces systèmes est étroitement liée à la qualité de la pensée et de la discussion au sein de notre journalisme. C'est plus vrai que ce l'était il y a un siècle, et il est probable que ce sera encore davantage vrai dans un siècle* »²⁷.

Notes

1. Sur le thème de l'abondance informationnelle, voir notamment Joël de Rosnay, « Internet, dix ans de révolution », *LeMonde.fr*, 19/01/2006 ; <http://csiweb2.citesciences.fr/derosnay/articles/Chat%20LeMonde%20270106.html>

2. L'expression « opulence communicationnelle » a été introduite par Abraham A. Moles dans son livre *Théorie structurale de la communication et société*, Paris : Masson, 1995, p. 151 (1^{re} édition : 1986).

3. Pour une présentation détaillée des médias et de leur nouvel environnement voir Patrick-Yves Badillo (dir.), *L'écologie des médias*, Bruxelles : Éditions Bruylant, 2008.

4. Cf. Marshall McLuhan, Quentin Fiore, *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*, New York : Bantam Books, 1967. Notons que l'erreur typographique « massage » a, selon le fils de McLuhan, été maintenue par Marshall McLuhan lui-même. Cela évoque le rôle de « massage » des « mass » médias. « *Quand Marshall McLuhan remarqua l'erreur, il s'exclama : "Laissez le titre ainsi ! C'est super et parfaitement ciblé ! Il y a*

Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois,
Jean-Baptiste Lesourd et Christiane Peyron Bonjan

Plus personne n'est journaliste

quatre lectures possibles pour le dernier mot du titre, toutes pertinentes : 'Message', 'Mess Age', 'Massage' et 'Mass Age' " (Eric McLuhan in <http://www.marshallmcluhan.com/>).

5. Patrick-Yves Badillo et Serge Proulx, « La mondialisation de la communication : à la recherche du sens perdu », *Hermès*, n° 44, CNRS Éditions, 2006, p. 47-54.

6. John Vernon Pavlik, *Journalism and new media*, New York : Columbia University Press, 2001.

7. Cf. Tim O'Reilly, « What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software », 30/09/2005, <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

8. Pierre Lévy, *Cyberdémocratie. Essai de philosophie politique*, Paris : Odile Jacob, 2002.

9. Bertrand Le Gendre, « Tous journalistes ! », *Le Monde*, 29 mai 2004, p. 17.

10. Paul Watzlawick, Janet Helmick Beavin, Donald D. Jackson, *Une logique de la communication*, Paris : Éd. du Seuil, 1967.

11. Todd Gitlin, *Media unlimited. How the torrent of images and sounds overwhelms our lives*, New York : Henry Holt and Company, 2002, p. 6, notre traduction.

12. Valère Novarina, *Devant la parole*, Paris : P.O.L, 1999, p. 13.

13. François Simon, *Journaliste : Dans les pas d'Hubert Beuve-Méry*, Paris : Arléa, 2005, p. 10-11.

14. <http://www.tns-sofres.com/>

15. Ce résultat est fourni par « Reader's Digest European Trusted Brands 2007 ».

16. Nous nous sommes largement inspirés d'un texte de Loïc Hervouet qui figurait en janvier 2002 sur le site de l'école supérieure de journalisme de Lille. Le lecteur intéressé par l'approche de Loïc Hervouet pourra consulter un autre texte à l'adresse Web suivante : http://www.initiatives.refer.org/Initiatives-2001/_notes/sess303.htm

17. Sur la question de l'éthique nous renvoyons de façon complémentaire à Patrick-Yves Badillo, « L'information et le paradoxe éthique des TIC : de la responsabilité infinie à la nécessaire régulation », in Michel Mathien (dir.), *L'éthique des TIC*, Bruxelles : Éditions Bruylant, 2008 ; voir aussi Christiane Peyron Bonjan « Pour une éthique de la formation professionnelle », *Soins Cadres* n° 53, Issy-les-Moulineaux : Masson, février 2005.

18. Jean-Jacques Servan-Schreiber, *Le pouvoir d'Informer*, Paris : Éditions Robert Laffont, 1972.

19. Hervé Bourges, *Sur la télé : mes 4 vérités*, Paris : Ramsay, 2005, p. 217-218.

20. Source : Dave Ranney, article en ligne du 16 avril 2005 synthétisant une intervention de Carl Bernstein devant la presse (Kansas Press Assn.'s 113th Annual Convention), notre traduction ; http://www.2ljworld.com/news/2005/apr/16/watergate_journalist_says/Watergate_journalist_says_media_losing_public's_trust

21. François Simon, *op. cit.*, p. 12.

22. <http://www.spj.org/ethicscodeFR.asp>

23. François Simon, *op. cit.*, p. 9.

24. Hannah Arendt, *Les Origines du totalitarisme*, 3 volumes (édition originale : 1951), traductions françaises : Paris : Seuil, *Sur l'antisémitisme*, 2005 ; *L'Impérialisme*, 2006 ; *Le Système totalitaire*, 2005.

25. Martin Heidegger, *Être et temps*, Paris : NRF Gallimard, 1986 (édition originale : 1927).

26. Cf. la conférence de Paul Ricoeur, « Le passé avait un futur », in Edgar Morin, *Relier les connaissances*, Paris : Seuil, 1999. Voir aussi Christiane Peyron Bonjan, « La culture, repart incontestable de la formation et de l'éducation », Sao Paulo UNESCO, 2003, www.sescsp.org.br/sesc/images/upload/conferencias/133.rtf

27. Lee Bollinger, « President Bollinger's Statement on the Future of Journalism Education », 2003 <http://www.columbia.edu/cu/news/>, notre traduction.