

De la parfaite adéquation du journalisme à la « société de l'information »...

Article inédit. Mis en ligne le 3 avril 2006.

Patrick-Yves Badillo

Patrick-Yves Badillo est professeur en Sciences de l'information et de la communication à l'université de la Méditerranée (Aix-Marseille 2), où il dirige Medi@Sic (Laboratoire de recherche sur les médias, l'information et la connaissance) ; il a la responsabilité du Master Recherche interuniversitaire Aix-Marseille 1, 2 et 3 « Sciences et technologies de l'information et de la communication et médiation des connaissances ». Il dirige l'EJCM (École de journalisme et de communication de Marseille).

Thèmes d'intérêt : médias et nouveaux médias (analyse des médias, du journalisme, d'Internet, des télécommunications, économie des médias). Médiation des connaissances. Innovation. « Société de l'information » et connaissance. Pour plus d'information : <http://www.mediasic.univ-mrs.fr/>.

L'auteur remercie très vivement un rapporteur anonyme pour les corrections qu'il a suggérées.

Plan

L'euphorie vis-à-vis des TIC et de la « société de l'information » marque aussi le journalisme

TIC, médias et journalisme : la déchirure ?

Conclusion

Références bibliographiques

Dans le contexte de la « société de l'information et de la connaissance », l'accès à l'information et la communication constitue probablement l'un des enjeux les plus importants de ce début de XXI^{ème} siècle. Alors qu'aujourd'hui près de 20 % la population mondiale est illettrée, on estime que le citoyen américain passe en moyenne, en 2004, environ dix heures par jour, et dépense près de 800 dollars par an, pour être informé et profiter des possibilités de l'industrie de *l'entertainment*. Les statistiques disponibles donnent les chiffres suivants : le consommateur américain moyen passe 9 h 35 par jour en liaison avec les médias selon la décomposition suivante (Source : *Advertising Age*, 2006 ; les temps incluent des aspects « multi-tâches » comme par exemple regarder la télévision et consulter le Web en même temps) : TV 256 minutes ; radio 160 minutes ; Internet 31 minutes ; journaux 29 minutes ; musique enregistrée 29 minutes ; magazines 20 minutes ; livres 17 minutes ; DVD & VCR préenregistrés 14 minutes ; jeux vidéo 14 minutes ; contenu sur les mobiles 3 minutes ; théâtre 2 minutes.

On peut remarquer que ces statistiques ne distinguent nullement ce qui relève de l'information et ce qui est de l'« *infotainment* ». On peut craindre qu'en réalité l'*infotainment* ne prenne le pas sur l'information, avec une part très faible des « médias » à fort contenu en information et en « connaissance » comme les journaux, les livres ou les magazines réduits à la portion congrue.

En parallèle, la poussée d'Internet, du moins en termes du nombre de connexions, est indiscutable. En 2005 environ 163 millions d'Américains sont maintenant en ligne, ce qui représente 74 % de la population.

Plus de technologie, plus de réseaux, plus d'information, plus de connaissance, plus de démocratie : l'équation paraît simple et pertinente. Le journalisme épouserait parfaitement la dynamique favorable de la « société de l'information »... Mais, au-delà de l'euphorie, il faut bel et bien s'interroger sur la déchirure entre les technologies de l'information et de la communication (TIC), les médias et le journalisme.

L'EUPHORIE VIS-À-VIS DES TIC ET DE LA « SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION » MARQUE AUSSI LE JOURNALISME

L'irruption des TIC et les mutations sociales dans les médias : des canuts à l'introduction de l'ordinateur dans les rédactions

Dans tous les secteurs, et à toute période, l'irruption des nouvelles technologies a provoqué des mutations profondes. L'exemple de la révolte des canuts de Lyon qui détruisaient les machines au XIX^{ème} siècle est une référence bien connue. Pourtant l'essor des technologies de l'information et de la communication dans le domaine des médias reste souvent synonyme de l'apparition d'Internet, qui « transcenderait » l'information. Avec Internet, l'information sous forme de bits « neutres » et « objectifs » circulerait de façon fluide ; elle serait synonyme de démocratie et de richesses « illimitées ». Pourtant, ce monde sans friction est évidemment une utopie. Comme dans l'histoire des canuts les médias ont connu à différentes périodes et notamment dans les dernières décennies des innovations technologiques importantes qui se sont accompagnées de mouvements sociaux plus ou moins amples. Ainsi, lors d'une conférence à l'École de journalisme et de communication de Marseille en octobre 2003, Serge July indiquait l'épisode brutal de l'introduction de l'informatique dans un quotidien américain. Alors que ce quotidien s'était équipé de façon ultramoderne, les patrons de presse furent confrontés à une violente fronde des employés. En quelques heures l'essentiel du parc informatique fut brisé, à l'aide de ces petites haches qui servent en cas d'incendie : les moniteurs informatiques volèrent en éclats. Dès lors, le journal procéda de façon radicale : mise en retraite anticipée de tous les salariés qui le souhaitaient, et introduction confirmée et accélérée des technologies de l'information, en l'occurrence d'un parc informatique au coeur du système d'information. Ainsi, la presse américaine avait réglé, parfois de façon brutale, mais rapide, cette question de l'introduction des technologies de l'information alors que le problème a été longtemps lancinant, voire paralysant, dans la presse française.

La technologie change-t-elle la façon de travailler des journalistes, voire contribue-t-elle à modifier, peut-être radicalement, le contenu journalistique ?

Malgré l'épisode précédemment évoqué, d'une façon générale, prévaut une euphorie largement répandue par rapport au rôle des technologies de l'information et de la communication dans le domaine du journalisme. Internet est devenu le coeur des nouveaux médias, voire des médias. L'accès à une information globale, le reportage instantané, l'interactivité, le contenu multimédia provoquent la plus formidable transformation du journalisme depuis le XIX^{ème} siècle, comme le note John Vernon Pavlik (2001), Directeur du *Center for New Media* de la *Columbia University*. Il est clair que les technologies modifient le travail du journaliste. La façon dont les problèmes sont appréhendés est forcément influencée par les technologies. Est-ce que cela modifie le contenu journalistique lui-même ?

John Vernon Pavlik donne l'exemple de l'omni caméra à 360 degrés. Elle permet au journaliste de tout filmer sans avoir à se préoccuper de l'angle de prise des vues. Par conséquent, sans aucune attention, le journaliste peut capter l'ensemble de l'information disponible en un endroit donné. Pavlik cite la tragédie de Waco. Cette tragédie est intervenue au Texas en 1993. Le 28 février 1993 les autorités américaines essaient d'arrêter différents membres de la secte des Davidians et leurs leaders. À ce moment-là plusieurs agents des forces de l'ordre et plusieurs membres parmi les Davidians furent tués ou blessés. Lorsque le siège prit fin presque deux mois plus tard plus de 80 membres des Davidians furent tués après des échanges de feux violents. Alors que CNN était présente en permanence pendant près de deux mois, la chaîne d'information n'a pas capté le

dénouement de cet événement. Pavlik en déduit que si CNN avait utilisé une omni caméra, elle n'aurait en aucun cas manqué l'enregistrement de ce moment critique. De nombreux exemples peuvent être donnés illustrant l'impact des technologies de l'information sur l'enregistrement de l'information par les journalistes. On peut imaginer ce qui se serait passé si l'assassinat de J. F. Kennedy avait été filmé avec une omni caméra...

John Vernon Pavlik cite aussi l'exemple de la guerre du Kosovo. Quelques reportages ont pu être obtenus avec les nouvelles caméras numériques plus compactes. Les journalistes ont ainsi pu filmer sans être repérés par les autorités qui n'auraient pas manqué d'interdire les prises de vue. Pavlik ajoute qu'avec une omni caméra le film clandestin aurait été d'une qualité bien supérieure ; des informations qui ont probablement échappé aux caméras traditionnelles auraient pu être captées.

Selon John Vernon Pavlik (2001, p. 3), Internet est le médium des journalistes : « Internet non seulement intègre toutes les capacités des vieux médias (le texte, l'image, les graphiques, l'animation, audio, la vidéo, le rendu en temps réel) mais offre un large spectre de nouvelles capacités permettant l'interactivité, l'accès à la demande, le contrôle des usages, l'adaptation aux besoins individuels des consommateurs ».

Hyperliens, surf sur le Web : la démocratie augmente de façon proportionnelle avec les débits des réseaux

Avec les hyperliens sur les sites Web le public peut choisir l'information qui l'intéresse, l'approfondir en allant consulter des dossiers. Une nouvelle forme de journalisme prend place dans un contexte beaucoup plus riche, que ce soit d'un point de vue historique, politique ou culturel.

La richesse de l'hypermédia permet de lier des nouvelles journalistiques à des dossiers approfondissant les thématiques. Ainsi, grâce aux TIC, un monde idéal du journalisme apparaît :

- le lecteur navigue et surfe sur les informations ;
- le lecteur dispose de dossiers approfondissant une thématique, avec des illustrations, des graphiques, des vidéos ;
- la fonction d'*agenda setting* du journaliste devient centrale ;
- le lecteur a une information personnalisée et contextualisée.

Les nouveaux outils se développent : il est possible de saisir l'information par l'image, ou encore par la voix (Web vidéo, reconnaissance vocale). La station de travail du journaliste devient mobile. Le journaliste peut vérifier l'information en direct et interroger des bases de données, tout en procédant à l'enregistrement numérique.

Les nouveaux médias seraient censés fournir une meilleure information aux citoyens :

- un journalisme civique serait en train de se développer grâce à Internet ;
- l'accès électronique à l'information permettrait de vérifier certaines données et certains discours des hommes politiques en temps réel ;
- les citoyens pourraient accéder directement eux-mêmes aux sources d'information.

Ainsi ce nouveau journalisme permettrait une diffusion nouvelle de l'information grâce aux technologies adéquates. Aux États-Unis, le *Telecommunication Act* de 1996, grâce à ses effets bénéfiques et à la libéralisation, est à l'origine, selon J. V. Pavlik, de l'augmentation des débits et donc de l'accroissement des flux d'informations. La libéralisation des télécommunications étant la pierre angulaire de cette nouvelle fluidité de l'information, la causalité devient tout simplement la suivante : les technologies de l'information et de la

communication permettent l'augmentation des débits sur les réseaux ; cela augmente la quantité d'informations et par voie de conséquence c'est la démocratie elle-même qui se trouve renforcée. En d'autres termes, la démocratie est proportionnelle aux flux de bits que les réseaux sont capables de transporter. Si l'on a des doutes sur cette causalité, on peut rapidement être rassuré : l'intelligence est au coeur du système. Les agents intelligents, en l'occurrence les logiciels qui cherchent, trient, sélectionnent l'information, éventuellement alertent l'internaute, sont susceptibles d'aider le journaliste et doivent permettre, si nécessaire, de le rendre intelligent...

TIC, MÉDIAS ET JOURNALISME : LA DÉCHIRURE ?

Plus d'informations, moins d'attention

Si les TIC accélèrent la production, la diffusion d'informations et son acheminement, il n'en demeure pas moins que l'information n'est pas un problème quantitatif mais bien un problème qualitatif. Comme l'a écrit Herbert Simon, prix Nobel d'économie, l'abondance d'information engendre une pénurie d'attention. Les journalistes, plus encore que le grand public, sont soumis à une avalanche exceptionnelle d'informations. Dès lors ils ne peuvent plus que produire vite une information dans un contexte où l'absence d'attention prévaut.

Plus de technologie, mais moins de production d'informations ?

L'information de base est produite par les agences qui ne représentent en France que 3,1 % des journalistes en activité. Il conviendrait de s'interroger sur la source et la production d'informations. À quoi sert d'avoir une omni caméra en Irak ? La technologie ne sert strictement à rien si le journaliste n'a pas la capacité d'être présent sur le terrain ! Que devient dans ce contexte le journaliste d'investigation ? On sait pertinemment qu'une enquête ne se réalise que grâce à un carnet d'adresses, aux connaissances du journaliste. Le meilleur ordinateur du monde ne permettra pas un seul contact efficace !

Le rôle des journalistes : le message, c'est le journaliste ?

La nouvelle, l'information journalistique constituent la sève fondamentale qui alimente la « société de l'information et de la connaissance » : ce n'est plus l'architecture des moyens de communication (les réseaux) qui est essentielle, mais bien le contenu de l'information et les transmetteurs humains de l'information.

Pourtant, d'une part on reste hypnotisé par les infrastructures de réseaux, et d'autre part les médias et le journalisme semblent avoir un rôle tout à la fois important et subalterne. Le journalisme est considéré comme important car dès qu'une information est mal analysée, mal présentée, les journalistes sont critiqués et condamnés de façon virulente. Dans le même temps le métier de journaliste est considéré dans l'opinion publique comme un métier peu fiable (on peut se référer au sondage de *Télérama* réalisé chaque année en France, où la côte de popularité des différents métiers est comparée), et dans tous les cas pour lequel on n'a en aucune façon un respect équivalent à celui que l'on peut avoir pour un médecin, un cardiologue par exemple.

Le journalisme est donc important, mais, paradoxalement, comme pour d'autres réseaux (télécommunications...), les investissements réalisés dans le contenu, dans les médias, sont infinitésimaux par rapport à ceux consentis dans les infrastructures de réseaux. Il est à noter qu'à l'origine les réseaux transportaient une matière physique : de l'eau, du gaz, de l'électricité. Avec le téléphone, un contenu immatériel est apparu, mais il était en quelque sorte « fabriqué » par les usagers qui « remplissaient » les tuyaux par leurs conversations téléphoniques. Avec l'ère des nouveaux médias – le câble, le satellite, Internet, etc. – les

réseaux sont devenus ambivalents : infrastructure technologique d'une part (avec des commutateurs, des logiciels, des stations d'émission et de réception, des milliers de kilomètres de fibre optique...), mais aussi, d'autre part, vecteur, porteur de contenu et de sens. Or, le déséquilibre économique reste marqué : les sommes investies en faveur de l'infrastructure technologique sont considérables par comparaison avec les financements consentis pour le contenu et le sens. Et pourtant il est clair que l'utilisateur, l'adolescent collé à son portable ou le téléspectateur devant son écran, ne s'intéresse qu'au contenu. Le paradoxe est bien là : ce qui coûte cher au niveau global, c'est l'infrastructure technologique, et ce qui intéresse l'utilisateur et a, jusqu'à présent, un poids économique relativement faible, c'est le contenu. Le point extrême dans le cas de la presse est atteint avec l'exemple des journaux gratuits. L'information véhiculée par les réseaux semble donc compter de façon marginale alors qu'elle est la finalité de ces réseaux. L'information n'est pas seulement synonyme de la circulation de bits dans les réseaux, mais est une information contextualisée et interprétée par l'homme. Tant que l'on ne considérera pas le journaliste et les médias au juste niveau qui doit être le leur, à savoir un niveau de responsabilité importante notamment pour la liberté et pour la démocratie, il sera impossible d'améliorer fondamentalement le rôle des médias et des journalistes.

Si l'essor de la « société de l'information » a été, en première analyse, perçu avant tout comme le développement des infrastructures de réseaux de télécommunications, et aujourd'hui de l'Internet, il est clair que les enjeux actuels ne se situent plus à ce niveau mais sont à appréhender au niveau de la connaissance et de l'intelligence. Il ne s'agit plus de maîtriser des données ou des informations codifiables, explicites, facilement transférables, mais de prendre toute la mesure du jugement humain, de la complexité de la connaissance dans un cadre où l'information est tacite, et doit être contextualisée. Il faut faire appel à la dimension humaine dans toute sa plénitude. Ainsi, dans une « société de l'information et de la connaissance » le rôle des médias et des journalistes, et de façon générale de tous les travailleurs du savoir, est de plus en plus crucial.

Informer, communiquer, connaître : le gap journalistique

Dans la « société de l'information », il y a donc avalanche d'informations, et dans le même temps se produit une sorte de « gap journalistique » : la distance entre le public et le journaliste s'accroît (voir l'enquête annuelle de *Télérama* déjà citée). Il y a aussi un écart entre l'opinion politique des journalistes, et l'opinion politique moyenne du citoyen. C'est ce qu'a révélé une enquête de *Marianne* en 2001 : « Le problème est grave : la réalité ne répond plus à la volonté des médiateurs. Et le divorce avec l'opinion est patent » (Thomas Vaillières in *Marianne* 2001, p. 50). Uli Windisch, lors d'une conférence dans le cadre du colloque sur l'écologie des médias (Actes du colloque, 2006), a souligné le même phénomène pour les journalistes suisses : ceux-ci, à travers une enquête qu'ils ont eux-mêmes réalisée, ont montré qu'ils étaient en décalage avec l'opinion publique, et ce de façon importante. On peut avancer l'idée qu'avec le développement des technologies de l'information et l'avalanche d'informations que subissent les journalistes, la connaissance, notamment la maîtrise d'une problématique, d'une thématique, devient de plus en plus difficile ; le *gap* journalistique, c'est aussi le fait que les journalistes soumis au tourbillon des informations n'ont plus le temps de maîtriser la connaissance.

L'un des problèmes sous-jacents est la confusion entre l'information et la connaissance. Rappelons très succinctement, car cela pourrait évidemment faire l'objet d'un très long développement, que l'information correspond à des données mises dans un contexte tandis que la connaissance donne du sens aux informations. Le journaliste doit produire des informations, mais aussi être un pédagogue de l'information, maîtrisant le processus de

la connaissance. La tâche des écoles de journalisme est ainsi éminemment difficile : loin du « formatage », il faut former des journalistes maîtrisant la connaissance et disposant de bases éthiques sérieuses. La question de la position du journaliste vis-à-vis de l'opinion publique n'est évidemment pas simple : si le journaliste est le reflet de l'opinion publique, il pourra, dans certains cas, céder à la facilité, s'il s'écarte de l'opinion publique, le *gap* se renforcera... Seule la maîtrise du processus d'information et de connaissance, et de l'éthique, résorbera ce dilemme et permettra au journaliste de prendre une position, jamais idéale, mais au moins la meilleure possible.

Plus d'information... plus de désinformation... moins de connaissance : de l'importance de la formation des journalistes

L'enjeu est d'autant plus important que si l'on peut voir le côté positif de la société de l'information et de la connaissance, c'est-à-dire la diffusion de plus en plus fluide et à une large échelle de l'information, l'on doit noter aussi les risques de voir la désinformation se propager à une échelle jamais connue jusque-là et avec une rapidité exceptionnelle.

Ainsi les nouveaux médias et les nouvelles technologies donnent un rôle de plus en plus sensible, de plus en plus crucial aux médias, aux journalistes et à l'information. En effet, les technologies ont démultiplié l'impact de l'information à une échelle globale. Il convient donc d'avoir un nouveau point de vue sur le journalisme et les formations qui sont proposées dans ce contexte de globalisation et de mondialisation.

À une période où l'information est de plus en plus importante, la formation des journalistes n'a pas du tout suivi la même progression. En France, et probablement aussi dans un grand nombre de pays, on peut par exemple devenir journaliste sans aucun diplôme. Bien évidemment il ne s'agit pas de sacraliser les diplômes et de croire qu'ils constituent la garantie du journalisme de qualité. Il est clair que l'on peut devenir un très bon journaliste sans avoir un seul diplôme. Mais ce qui est inquiétant, c'est que la société dans sa totalité considère que cela est logique ; elle n'attache pas la plus grande des exigences à un métier comme le journalisme.

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, de cardiologues, ou 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, mais d'ingénieurs qui, certes, ne travaillent pas sur de la matière sensible, dangereuse au sens physique du terme, mais sur de l'information qui peut avoir un impact considérable. 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 fondamentaux, complexes, délicats, exigeant de très 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.

Il importe donc, dorénavant, non plus d'investir des sommes considérables dans les infrastructures de réseaux mais d'investir au niveau du contenu.

La question de la formation des journalistes

On peut d'abord se référer à quelques rapports qui ont mis en exergue les faiblesses des formations dans le domaine du journalisme. Nous nous en tiendrons ici au rappel très succinct de deux rapports français. Le rapport Sales, qui date de 1998, met en lumière

l'importance de l'enseignement de l'éthique, du droit et de l'économie dans les écoles de journalisme. Il insiste sur le fait que le journalisme n'est pas une matière technique mais un domaine où la culture générale est fondamentale. Le récent rapport Herbillon, paru en 2005 suite aux résultats du référendum sur la constitution européenne, désigne aussi les faiblesses des médias et du journalisme. L'Europe n'est pas un bon produit pour vendre, c'est ainsi que les médias, selon le rapport Herbillon, n'ont pas été conduits à proposer des analyses détaillées et approfondies de la question européenne. De même, les formations au journalisme sont considérées comme étant « embryonnaires ». Parmi les conditions pour des formations pertinentes il faut bien sûr souligner le rôle de la culture générale, de l'histoire, de l'éthique et de la déontologie au-delà des techniques et de la technologie. Cela paraît évident, et pourtant c'est très difficile à introduire.

Pourquoi ? Car mettre au premier plan les techniques et le formatage des journalistes est une voie très facile à suivre pour former des journalistes. En effet, c'est à ce niveau qu'intervient la professionnalisation des formations. Cette professionnalisation est assurée par des professionnels qui reproduisent leurs pratiques professionnelles. La boucle est bouclée : les bonnes pratiques mais aussi les lacunes se reproduisent. Bien évidemment il ne faut pas nier l'intérêt considérable de la présence de professionnels dans les cursus universitaires. Au contraire, cela permet d'assurer des débouchés aux étudiants, cela permet aux étudiants d'entrer dans la vie active dans de bonnes conditions. Mais il faut considérablement améliorer ce système en développant les matières que nous avons indiquées. Il faut à la fois maîtriser parfaitement les techniques journalistiques de base, mais en même temps éviter le « formatage » : la parfaite maîtrise des techniques doit aussi permettre au journaliste de s'élever au dessus d'un niveau de technicien de l'information pour tendre vers le rôle d'ingénieur que nous avons évoqué.

Par ailleurs, les nouvelles technologies se sont superposées aux pratiques et aux techniques de formatage. Les nouvelles technologies semblent fascinantes et ludiques. Elles emportent immédiatement l'adhésion des étudiants. Elles provoquent des effets spectaculaires et immédiats. Il convient à la fois de maîtriser ces technologies et de les dépasser.

Certes, la culture générale, l'histoire, l'éthique et la déontologie constituent des matières arides, difficiles non seulement à enseigner mais aussi à apprendre. Il est infiniment plus facile d'arriver le matin pour organiser une conférence de rédaction, puis demander à des étudiants de partir sur le terrain pour couvrir un événement, faire un interview, utiliser une caméra que de réfléchir sur le fond du sujet, voire de démarrer un enseignement économique ou éthique... En réalité souvent la forme l'emporte sur le fond, l'action sur la réflexion. Ainsi en télévision par exemple, le réflexe consiste à se demander si l'image sera attractive, sera esthétique pour répondre à des critères d'audimat plutôt que de se poser la question du contenu et du sens de l'image. Bien évidemment ces lacunes ne sont pas à imputer spécifiquement au système de formation de journalistes, mais à l'industrialisation des médias qui sont soumis aux fortes contraintes du marché.

Ainsi la formation au journalisme doit répondre à l'exigence d'un triptyque :

- maîtrise des techniques journalistiques de base ;
- maîtrise et compréhension des technologies de l'information (qui constituent à la fois de nouveaux outils comme l'omni caméra, de nouveaux médias, comme Internet, et un nouveau contexte pour l'ensemble de la société) ;
- compréhension de l'environnement, culture générale de haut niveau, connaissance et éthique. Bien évidemment face à ce défi de la formation des journalistes, les Sciences de l'information et de la communication, qui ont déjà largement investi ce champ, devraient avoir un rôle croissant et devenir une référence, notamment pour la profession. En effet

nombre des travaux conduits dans le cadre de cette discipline devraient permettre d'apporter de nouvelles bases à ce type de formation encore à la recherche de ses fondements, de ses repères et de quelques grands manuels incontournables à l'échelle internationale.

CONCLUSION

L'essor des TIC et la mise en place de la « société de l'information » ont jeté un voile sur le rôle du journaliste. Comme le souligne un cyber journaliste, Steve Yelvington (2004), il ne faut plus se focaliser sur la technologie qui répond à la question « comment faire ? » ; le journaliste doit savoir « quoi faire ? » : « In April 1994, I left the news desk of the *Star Tribune* in Minneapolis and focused my attention on what we as an industry ought to be doing about this 'new online thing'. I've confronted a lot of technology in that time, beginning with Gopher and my first pre-Netscape HTML 'online newspaper' mockup (no font control, no layout control, no tables, but we did have pictures). Continuing through Prodigy, Interchange, AOL, the opening of the Internet to commercial use, PointCast, multiple versions of HTML, CSS, XML, audio, video, 2400 bps modems giving way to megabit digital cable, there's been a lot of technology-driven change. Here's my complaint about the last decade: We, the newspaper industry, are guilty of spending way too much time, energy and attention on technology (how we do it) and not enough on product vision (what we do). »

La principale question dans le domaine du journalisme a trait à la « connaissance » et à l'éthique du journalisme. En effet le journalisme est une réalité à deux faces : d'une part le journalisme est une industrie, qui doit vendre (d'où les conclusions du rapport Herbillon : l'Europe ne fait pas vendre) et d'autre part le journalisme, d'un point de vue éthique, fournit un service vital pour l'ensemble de la société : le journalisme participe de façon décisive au processus démocratique.

En définitive, il faut à la fois concilier la nécessaire maîtrise des technologies, des techniques que tout journaliste doit avoir, pour être un vrai professionnel, mais en même temps mettre au premier plan les valeurs humaines, les relations humaines, la contextualisation de l'information, la connaissance, l'éthique dans la formation des journalistes... : « Students must acquire a sense of an identity as a professional, which includes the moral and ethical standards that should guide professional behavior (...) One of the most significant needs for journalists today is to have a high level of knowledge about the subject they are reporting and communicating. This raises a matter of enormous complexity and significance for a school of journalism. Of all the criticisms of the press, one of the most serious – and, happily, the most remediable – is the lack of context for stories. Journalism functions by reference to current events (just as law operates by cases and statutes and medicine by diseases). At its best, journalism mediates between the worlds of expertise and general knowledge. To do that well – to write for the present and to weave in broader meaning – is remarkably difficult. A necessary element is substantive knowledge, the kind of knowledge you cannot just pick up in the course of doing a story. Having a foundation of general knowledge enhances one's capacity to deal with new areas and specific issues » (Lee Bollinger, Président de la *Columbia University*).

Ainsi la maîtrise d'une culture générale, la « connaissance », l'enseignement de l'éthique peuvent aider à comparer des points de vue différents et à comprendre des points de vue autres que les siens. La relativité de l'interprétation de tout phénomène doit apparaître au premier plan. Il faut de façon générale développer l'éducation aux médias en direction des enfants, des parents et des enseignants. Plus précisément le « media literacy » est une

continuité multidimensionnelle incluant les dimensions collectives, émotionnelles, esthétiques et morales. Il faut comprendre l'influence des médias qui touche différents sens de l'être humain.

Il faut dans le même temps bien prendre en compte les risques d'interprétation, de manipulation de l'information ou même tout simplement les erreurs d'appréciation en raison des processus cognitifs caractérisant l'être humain.

D'une façon plus générale il s'agit de restituer à la formation son rôle crucial. Aujourd'hui on croit que l'on est entré dans la « société de l'information » parce que l'on a réalisé des infrastructures technologiques ; c'est évidemment un leurre : le seul angle des réseaux est notoirement insuffisant si dans le même temps on n'attache pas une plus grande importance à la qualité et au contenu de l'information diffusée sur les réseaux.

Très au-delà de la vision technologique des réseaux il faut considérer les médias, le journalisme, l'information et la connaissance à leur juste valeur. En restant au niveau technologique la société de l'information a autant de chances de devenir une société de la désinformation. Seule une orientation intelligente, fondée sur le contenu, la connaissance peuvent orienter favorablement le processus en cours. Nous devons considérer que nous sommes en présence d'un capital informationnel qui doit être cultivé et développé. Nous avons besoin de réfléchir à la mise en oeuvre d'une écologie des médias de la même façon que nous avons introduit ces dix ou vingt dernières années l'idée d'un développement soutenable. La pollution informationnelle doit être considérée comme un risque important que l'on ne doit pas transmettre sans autre réflexion à nos enfants et petits-enfants.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

L'écologie des médias, Actes du colloque, Bruxelles, Bruylant, 2006 (à paraître)

Marianne, numéro du 23 au 29 avril 2001

Lindsay Greg, « One consumer at a time », *Advertising Age*, January 2, 2006

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

Ferenczi Thomas, *Le Journalisme*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. Que Sais-je ?, 2005

Pavlik John Vernon, *Journalism and new media*, New-York, Columbia University Press, 2001

Yelvington Steve, « 10 years in new media », 2004

<www.cyberjournalist.net/news/001145.php>