

**LE POINT DE VUE DE
DANIELLE RAPOPORT**

Pour un journalisme éclairé

Le conflit qui mobilise depuis des mois les journalistes des « Echos » pose la question de l'objectivité et de la crédibilité des sources d'information, tout comme il révèle la nécessité d'indépendance d'esprit et de parole des émetteurs. L'information est devenue, pour la plupart des supports et de leurs destinataires, un bien de consommation comme un autre, un stimulus mêlé à la multitude de discours, signes et images.

Beaucoup de lecteurs sont devenus, parfois à leur insu, des consommateurs passifs, incapables de décoder et de hiérarchiser ce qui leur est transmis. Entre les publiereportages déguisés en informations apparemment objectives, les effets d'annonce très peu suivis de débats et vite remplacés par d'autres annonces dont l'intérêt est d'éveiller l'émotionnel et de mettre en sommeil les capacités d'analyse, les individus, à la fois, regrettent cet état de fait et s'en satisfont. Ils dénoncent le statut de « réceptacles » auquel ils se voient soumis, déplorent leur difficulté à faire la part des choses, à s'appropriier du sens. Certains souhaitent des outils qui leur permettraient de trouver la juste distance nécessaire pour construire une pensée propre et donner leur confiance, condition nécessaire à la construction d'un lien riche entre « destinataire » et destinataire.

Cette mise à distance, ce délitement des liens et le sentiment d'impuissance qui s'ensuit favorisent les mises en accusation et la désignation de boucs émissaires. Le rôle et la mission du journalisme doivent aujourd'hui être questionnés. Le journalisme souffre de handicaps qui lui sont propres et de ces projections négatives accentuant le sentiment de dissonance, entre besoin de croyance et peur de faire confiance, séduction de l'émotionnel et souci d'objectivité. Les individus renvoient l'image de journalistes peu scrupuleux, par une absence de recul, de perspective et de hiérarchisation, qui annule le sens, nivelle les contenus et manque au devoir de transmettre. Ils dénoncent aussi ceux qui se-

raient « vendus » aux intérêts des puissances de l'argent et livreraient des informations non fiables. Le rachat des « Echos » par le Groupe LVMH ne ferait que renforcer cette méfiance.

Par percolation et contamination, cette image dégradée risque de baisser le niveau d'attente et d'exigence des lecteurs. Or nous sommes aujourd'hui à un moment où le triomphe de

la « distraction » sur la réflexion, du temps immédiat sur celui de l'approfondissement et de la connaissance, rejoint celui de la confusion des genres... et accentue l'angoisse des individus qui ne peuvent s'adosser à des institutions crédibles. Ne serait-il pas urgent pour le journalisme de soutenir les valeurs d'une plus grande exigence, d'une « déconfusion » des sources émettrices, pour mettre à l'honneur l'information juste et devenir le pôle de résistance et de valorisation de la pensée propre. Lutter pour que les mots aient un statut différent du bien de consommation, que l'esprit conquiert de la « place disponible » nécessaire à la sauvegarde de l'humain chez le lecteur. Permettre à ce dernier une capacité accrue d'appropriation et de hiérarchisation par plus de pédagogie, pour un pouvoir, une expertise et une confiance partagés.

Le combat mené aujourd'hui par « Les Echos » de sauvegarder l'« honneur économique » ne doit pas être perçu comme celui d'une corporation mais de citoyens dont le métier est le journalisme. Métier beau et difficile, indispensable à toutes les libertés et les égalités face au savoir. C'est un combat fondamental parce qu'il ouvre au grandissement dans la vision d'un journalisme apte à rendre la pensée plus juste et autonome. L'exemple des « Echos » et de sa résistance interne devrait être un modèle pour d'autres batailles à venir. Car il y a péril en la demeure, à oublier que cette pensée peut si vite et facilement s'obscurcir et s'uniformiser, si des veilleurs ne sont pas là pour l'éclairer sans relâche.

DANIELLE RAPOPORT est psychosociologue.

**Lutter pour que
les mots aient
un statut différent
du bien
de consommation.**