

ISSN 2182-6552

MULTIMED

REVISTA DO RESEAU MEDITERRANEEN DE CENTRES D'ETUDES ET DE FORMATION

FICHA TÉCNICA

TÍTULO: *Revista do Réseau Méditerranéen de Centres d'Études et de Formation*

© 2012 – Universidade Fernando Pessoa

DIRECTORES: **Lucienne Cornu** (Université Aix-Marseille III, France); **Bruno Ravaz** (Université Sud-Toulon-Var, France)

EDITORES DESTE VOLUME: **Rui Torres** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Kenia Maria Menegotto Pozenato** (Sapiens - Centro de Educação e Cultura, Caxias do Sul, RS, Brasil)

COMISSÃO DE ESPECIALISTAS: **Kenia Maria Menegotto Pozenato** (Sapiens - Centro de Educação e Cultura, Caxias do Sul, RS, Brasil)

COMISSÃO CIENTÍFICA: **Adela Rogojinaru** (Université de Bucarest, Rom nia)

Benoit Cordelier (Faculté de Montréal); **Gino Gramaccia** (Université Bordeaux 1, France); **Hulya Tanriover** (Université Galatasaray, Turquia); **Jorge Pedro Sousa** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Luis Pinuel** (Universidad de Madrid, Espanha); **Mohamed Lakhdar Maougal** (Alg ria); **M nica Rector** (University of North Carolina at Chapel Hill, United States); **Nicolas Pélissier** (Université de Nice, France); **Ricardo Pinto** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal) **Rui Torres** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Xos  Lopez Garcia** (Universidad de Santiago de Compostela, Espanha)

EDI A O: **Edi es Universidade Fernando Pessoa**
Praça 9 de Abril, 349 • 4249-004 Porto - Portugal
Tel. 22 507 1300 • Fax. 22 550 8269 • edi es@ufp.edu.pt

COMPOSI A O, PAGINA A O, IMPRESSA O E
ACABAMENTOS: **Oficina gráfica
da Universidade Fernando Pessoa**

ISSN: 2182-6552

Reservados todos os direitos. Toda a reprodu a o ou transmissão, por qualquer forma, seja esta mecânica, electrónica, fotocópia, grava a o ou qualquer outra, sem a prévia autoriza a o escrita do autor e editor,   ilícita e passível de procedimento judicial contra o infractor.

BIBLIOTECA NACIONAL - CATALOGA A O NA PUBLICA A O

ISSN 2182-6552

MULTIMED

Multimed : Revista do Réseau Méditerranéen de Centres d' tudes et de Formation / Lucienne Cornu, Bruno Ravaz (dirs.) . - Porto : Edi es Universidade Fernando Pessoa, 2012 - 160 p. ; 21 cm
ISSN 2182-6552

Estudos multimidiáticos -- [Periódicos] / Cibercultura / Comunica a o digital / Estudos culturais / Estudos mediterrânicos / Globaliza a o / Redes sociais

CDU 004.7:316.77(05)
316.77(05)

REQUESTIONNER LES BALISES DEONTOLOGIQUES POUR LES PRATIQUES DU CYBERJOURNALISME. LE CAS ROUMAIN

MIRELA LAZĂR¹⁷

RALUCA RADU¹⁸

■■■■ ■■■■ ■■■■

***Résumé:** Notre recherche part de la prémisse que les journalistes travaillant en milieu virtuel se prévalent du système de correction/modèle d'autorégulation favorisé par le processus spécifique de mise à jour continue de l'information pour invoquer une plus grande souplesse, voire un relâchement dans le respect des règles déontologiques régissant leurs pratiques professionnelles exercées dans un contexte de concurrence acerbe et de fortes pressions économiques. Pour connaître leur vision de la manière dont les normes fonctionnent dans leurs conditions de travail et évaluer leurs attitudes envers la pratique, nous avons choisi de conduire une enquête sur la base d'une vingtaine d'entretiens semi-directifs avec des cyberjournalistes roumains. Cette première étude empirique a été doublée d'une analyse qualitative d'échan-*

17 Maître de conférences Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication, Université de Bucarest. Email: miralazar05@yahoo.com

18 Maître assistant Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication, Université de Bucarest. Email: radu.raluca@unibuc.ro

tillons de commentaires postés par les lecteurs dans des articles en ligne pour voir quel effet entraîne auprès des publics la dilution des normes. De toute évidence, la rigidité déontologique n'est pas de mise dans le cyberspace, en quête de sa propre identité normative.

Mots-clés: cyberjournalisme, balises déontologiques, Roumanie.

Abstract: *The hypothesis of our research is that on-line journalists make use of an error correcting system and of a self-regulation model, based on a specific process of continuously updating the information, to ask for a greater freedom from professional ethics, in a context of very strong competition and of high economic pressures. In order to understand their vision on norms and to evaluate their attitudes regarding the journalistic practices, we have done a survey of twenty questionnaires with the Romanian on-line journalists. The information obtained from this empirical study was triangulated with the results of a qualitative analysis of several comments posted by readers of on-line articles. Thus, we wanted to obtain an image of the effect this possible norm relaxation has at the level of the public. Two of the conclusions of our study are that normative rigidity is not essential on the Internet and that on-line journalism is still looking for its normative identity.*

Keywords: cyberjournalism, deontologic beacons, Romania.

Resumo: *A hipótese da nossa pesquisa é que os jornalistas on-line fazem uso de um sistema de correção de erros e de um modelo de auto-regulação, com base num processo específico de actualização contínua da informação, para pedir uma maior liberdade da ética profissional, num contexto de concorrência muito forte e de grandes pressões económicas. A fim de compreender a sua visão sobre as normas e avaliar as suas atitudes em relação às práticas jornalísticas, fizemos um conjunto de vinte questionários a jornalistas online romenos. As informações obtidas a partir deste estudo empírico foram comparadas com os resultados de uma análise qualitativa dos vários comentários postados por leitores de artigos online. Assim, quisemos obter uma imagem do efeito que esta espécie de relaxamento da norma tem ao nível do público. Duas das conclusões do nosso estudo são que a rigidez normativa não é essencial na Internet e que o jornalismo on-line ainda está à procura da sua identidade normativa.*

Palavras-chave: jornalismo on-line, balisas deontológicas, Roménia.

INTRODUCTION

Depuis plus de dix ans, des débats animent le monde professionnel et celui des chercheurs concernant la pertinence d'avoir ou non des textes normatifs propres au cyberjournalisme. Selon Bernier (2004a, p. 361), «on peut soutenir que ceux-ci sont généralement les mêmes que ceux du journalisme traditionnel: intérêt public et vie privée, vérité, exactitude et rigueur, équité, impartialité et intégrité pour ne nommer que les principaux thèmes recensés sous différentes formes dans les codes de déontologie journalistique». Pourtant, avec les nouvelles technologies qui ont bouleversé la pratique journalistique sur au moins quatre paliers – «les relations aux sources, au public, aux pairs et au produit» (cf. PELISSIER, 2003, p. 102) – on voit s'estomper les normes déontologiques classiques au risque de dérives commerciales et même de manipulations.

La fragilisation des règles déontologiques apparaît en premier lieu au niveau des changements organisationnels générés par la mise en ligne de l'information, lesquels continuent, à l'avis de plusieurs chercheurs (PÉLISSIER, 2001, p. 8; PÉLISSIER, RUELLAN et al., 2002), des phénomènes ayant marqué la presse traditionnelle ces deux décennies (même plus en Amérique du Nord), à savoir notamment les stratégies de concentration, de syndication des contenus et l'emprise des fonctions de marketing-publicité et de relations publiques sur les fonctions rédactionnelles. Dans un contexte médiatique de concentration et de convergence où «les pressions des entreprises médiatiques sur les épaules des journalistes augmentent afin que ces derniers mettent en valeur les 'produits' du groupe qui les emploie», «il pourrait devenir de plus en plus difficile de publier des informations à la fois vraies et d'intérêt public lorsque celles-ci nuisent à l'image du groupe ou de ses dirigeants tandis que la diffusion d'informations favorables serait encouragée» (BERNIER, 2004b, p. 128). L'intrusion du contenu publicitaire dans le contenu journalistique sur les sites d'information menace la norme d'intégrité et la séparation entre fonction informative et fonction économique des médias.

La spécificité de l'information en ligne expose le travail quotidien du journaliste à d'autres vulnérabilités: la diffusion des informations non vérifiées, fragmentaires ou erronées. «La vitesse et l'immédiateté ne font pas bon ménage avec la précision, l'exactitude, l'exhaustivité et l'équilibre » (MANN, 1997, p. 5, *cit. in* DEUZE & YESHUA, 2001, p. 279). Des enquêtes menées par des chercheurs (ARANT & ANDERSON, 2000; MIDDELBERG & ROSS, 2000, *apud* BERNIER, 2004) auprès de journalistes en ligne et de responsables de sites Internet américains ont montré que même si pour les questionnés la norme de la rigueur et de l'exactitude était fondamentale, ceux-ci se laissaient tentés de faire passer la qualité d'instantanéité de l'information avant son exactitude ou son équilibre. La possibilité de diffusion

instantanée des informations, «couplée avec la capacité d'apporter à la suite des rectifications aux documents en archive, est susceptible de créer une situation où un journaliste pourrait être tenté de jeter par-dessus bord l'éthique en faveur... du scoop» (DEUZE & YESHUA, 2001, p. 285).

Le principal défi auquel sont confrontés les nouveaux médias est le maintien de leur crédibilité (DEUZE & YESHUA, 2001) jugée selon la qualité de l'information. L'enquête de Arant et Anderson (2000) révélait que, pour la plupart des personnes interviewées, les médias en ligne étaient moins fiables que les journaux imprimés, du fait de l'érosion du principe de la vérification des faits avant d'être publiés. Selon un responsable d'un site Internet associé à un quotidien américain, cité par Lasica (2001), le public, lui aussi, comprend qu'il y a une différence entre les médias traditionnels et la presse en ligne. Les premiers donnent l'information «la plus rigoureuse» au moment de la publication («Authoritative Moment»), alors que les entreprises de presse en ligne opèrent avec des relations «moins fiables», du type «breaking news», diffusées dans l'instantanéité (le «Big Now»). Etant averti des règles, le public accepte le droit à l'erreur si celle-ci n'est pas intentionnelle.

Un comportement éthique de la part du journaliste implique toujours la volonté d'agir de façon responsable (DEUZE & YESHUA, 2001). Les règles déontologiques telles qu'elles s'appliquent par les cyberjournalistes «le sont sur une base d'adhésion volontaire, nulle instance n'ayant de véritable pouvoir coercitif sur les journalistes des nouveaux médias...; aux journalistes de s'autoréguler, aux consommateurs d'informations de contre-vérifier les informations répandues» (DALLARD & SOKOLOWSKI, 2002, p. 207).

Pour certains chercheurs, la déontologie traditionnelle ne pourra être récupérée, dans cet environnement professionnel très concurrentiel, «sans y apporter les nuances nécessaires... au développement sain de la singularité de ces médias.» (DALLARD & SOKOLOWSKI, 2002, p. 213). Bernier (2002, p. 197) estime que des pressions pour changer les normes professionnelles des cyberjournalistes pourraient apparaître sous le poids accru «de la mission économique des médias d'information gérés par des cadres devant rendre des comptes à des actionnaires exigeants» ou engendrées par «l'arrivée massive de jeunes journalistes très à l'aise avec les nouvelles technologies de l'information, dont les valeurs sociales et le bagage culturel seront différents de ceux de leurs aînés».

Alors que des chercheurs s'interrogent sur la possibilité d'élaborer un code déontologique pour le journalisme en ligne, mais parlent aussi d'adhésion volontaire, les journalistes, eux, invoquent le droit à l'erreur et l'honnêteté. Les normes déontologiques seront adoptées par ces journalistes si ceux-ci les trouvent efficaces et

utiles et si le monde professionnel (les pairs, le public, les législateurs) les réclame (SCHUDSON, 1978; SCOTT, 2004). Dans notre recherche auprès des cyberjournalistes roumains, nous avons questionné les motifs qui soutiennent ou ne soutiennent pas un comportement professionnel éthique et la nécessité d'un code déontologique propre au cyberspace.

DESCRIPTION DE LA METHODE

Nous avons utilisé deux méthodes qualitatives dans notre recherche: un questionnaire semi-directif appliqué de manière anonyme à 20 cyberjournalistes et une analyse de contenu sur d'échantillons de commentaires des cyberlecteurs.

Pour établir la structure de l'échantillon, nous avons choisi d'interroger des cyberjournalistes des sites d'information nationaux et régionaux, des sites qui se positionnent comme sites de référence (pratiquant un journalisme de qualité) et des sites des journaux sensationnels, des sites généralistes et des sites spécialisés. De plus, notre échantillon est composé de journalistes qui font partie de rédactions associées à des journaux et de rédactions qui ne produisent qu'en ligne (texte, radio, télévision). L'échantillon n'est pas représentatif des journalistes roumains. Notre objectif a été de comprendre réellement les expériences des individus (SILVERMAN, 2004, p. 29).

Les questionnaires ont été envoyés par courriel dans les rédactions des sites d'information entre 8 et 25 septembre 2010. Sur les 18 questions, seules cinq sont des questions fermées, relatives au poste de travail des journalistes (pour établir un lien entre le type de site et les types de réponses), aux types de médias qui les employaient auparavant (presse écrite, radio ou télévision), à l'ancienneté comme journaliste dans les médias traditionnels et comme cyberjournaliste et au type de formation et niveau des études.

Les autres questions se rapportent à la différence d'approche de l'information entre les médias traditionnels et ceux en ligne, à l'introduction d'un possible code déontologique pour les sites Internet, à la collecte et à la mise en ligne des informations et des opinions, à l'interactivité des journalistes avec les cyberlecteurs, à leur réaction face aux dérapages déontologiques enregistrés dans le cyberspace. Nous avons essayé d'obtenir un effet d'entretien semi-directif, en encourageant chaque journaliste à élaborer des réponses détaillées, à nous donner des exemples.

Le cyberjournalisme est caractérisé par une interactivité accrue avec le public. Dans des entretiens avec les journalistes, avant le début de cette recherche, et

dans le discours public des journalistes roumains, des références sont souvent faites aux liens entre l'activité professionnelle d'un journaliste et son public. Ainsi, nous avons procédé à l'analyse d'échantillons de commentaires postés sur les mêmes sites décrits plus haut. Notre attention s'est portée plutôt sur les sites les plus visités: www.libertatea.ro (site du journal sensationnel *Libertatea - La Liberté*), avec presque 10 millions de visites en août 2010, www.evz.ro (site du quotidien généraliste de référence *Evenimentul zilei - L'événement de jour*), avec plus de 3,5 millions de visites en août 2010, www.hotnews.ro (portail de référence d'information et d'opinion), avec plus de 5 millions de visites en août 2010 (cf. www.sati.ro, consulté le 29 septembre, 2010).

Nous avons analysé des cas précis de 2010, mais nous avons donné aussi une image générale des types de commentaires des cyberlecteurs, postés le 29 septembre, 2010. Les catégories suivantes ont été sélectionnées pour l'analyse: commentaires critiques à l'égard de l'information présentée par le journaliste, commentaires critiques sur l'écriture du texte journalistique, commentaires qui ajoutent des données à l'information présentée par le journaliste, commentaires qui mettent en contexte l'information donnée.

Howard S. Becker (2008) parle d'un ensemble de conventions qui soutient l'existence d'un monde professionnel et d'un sous-ensemble de conventions qui régit tant la production que la consommation d'un bien culturel donné. Il existe différents types de principes conventionnels en fonction des types de produits. Dans notre cas, nous avons affaire à des conventions normatives. «Dire toujours la vérité», voilà une règle générale qui peut être négociée entre la rédaction et les lecteurs: «Nous allons vous raconter les derniers potins (vrais ou faux) des vedettes». S'ils visitent un site d'information sensationnelle, les lecteurs peuvent être d'accord avec ce changement de convention et ne pas réagir. Il est possible que, dans leurs commentaires, les lecteurs mettent plus de pression sur les journalistes des sites de référence pour que ceux-ci respectent les règles journalistiques. Cette hypothèse peut être validée ou non par l'analyse des réponses des journalistes à notre questionnaire, ainsi que par l'analyse des commentaires des cyberlecteurs.

RESULTATS

Les journalistes interviewés ont une ancienneté entre 4 et 19 ans dans les médias traditionnels et entre 2 et 10 ans dans la presse en ligne. La plupart d'entre eux ont travaillé auparavant dans les médias audiovisuels (radio et télévision) et seule une minorité en a une expérience en presse écrite. Une loi de la presse n'existe pas en Roumanie, mais il y a de réglementations strictes pour l'audiovisuel qui

portent aussi sur le comportement professionnel des journalistes, comme partout en Europe.

La différence entre l'approche de l'information en ligne et celle dans les médias traditionnels est saisie dans les réponses des journalistes questionnés sous les deux aspects, du mode de l'écriture et de la déontologie. Le traitement multimédia et l'hyperécriture permettent, selon les interviewés, une diversité d'approche de l'information et l'affranchissement des contraintes d'espace et de temps.

Les règles déontologiques que neuf journalistes interviewés introduiraient dans un code propre au journalisme en ligne seraient: la citation des sources des liens hypertextes, la prudence dans la présentation des informations choquantes (écrites et vidéo), la vérification de la véracité des contenus générés par les utilisateurs, l'identification des personnes qui postent un commentaire. Un journaliste en éliminerait le droit de réponse car il considère que celui-ci peut être exercé dans les commentaires libres.

La majorité des répondants estime que les règles déontologiques qui s'appliquent aux médias traditionnels sont également valables pour le cyberjournalisme:

Nous n'avons pas besoin d'un code déontologique pour le journalisme en ligne. Peut-être un guide de bonnes pratiques suffirait-il pour des recommandations telles l'usage des photos et des documents vidéo repris sur d'autres sites, la modération des messages des cyberlecteurs, l'élimination des attaques sur la personne, des offenses de leur vocabulaire.

Tous les interviewés déclarent avoir profité de la possibilité de mettre à jour l'information pour aussi corriger des erreurs qui peuvent apparaître à la suite de la production et diffusion d'une grande quantité d'information dans l'instantanéité. Un journaliste signale que la pratique d'apporter des rectifications devrait se faire comme dans la presse internationale, en mentionnant l'heure de la modification du texte et en marquant la correction par un graphisme.

Il arrive que les journalistes questionnés utilisent une seule source d'information quand il s'agit de citer des déclarations officielles (données en direct), des communiqués de presse, des informations tirées des dépêches d'agence, «des histoires de vie» où un personnage fait le récit. Un seul journaliste avoue que l'usage d'une seule source est la conséquence de la hâte de diffuser une information et du sous-effectif de la rédaction.

La plupart des journalistes parlent de la forte réactivité (souvent agressive) des cyberlecteurs:

Les lecteurs sont très critiques vis-à-vis de nos fautes d'orthographe, de frappe ou des dates erronées. Une fois, un professeur m'a corrigé quand j'ai parlé de 'kilos' au lieu de 'grammes' dans un article sur la perte de poids chez les souris» dit un journaliste.

Bien souvent, les commentaires critiques ne visent pas la méthode de documentation du journaliste ou son mode d'écriture, mais ils ont à voir avec la façon dont le lecteur se rapporte au sujet:

J'ai reçu des commentaires critiques pour une interview avec un styliste écossais. Ce qui dérangeait, c'était le prix pour lequel le styliste était nominalisé et la personne qui allait remettre les prix. Cette dernière était vue comme un rival du célèbre inventeur [roumain] Henri Coanda dont elle se sera, aux yeux du lecteur, approprié des brevets.

Beaucoup de commentaires ajoutent de l'information à l'article: «J'ai fait récemment une enquête sur le sort d'un yacht royal vendu comme ferraille à une compagnie britannique. Un lecteur nous a fourni des données extraordinaires sur l'histoire du bateau et des photos d'époque». C'est en prenant en compte aussi bien les commentaires que l'on peut juger une information dans sa complétude. Les commentaires sur un sujet controversé sont parfois plus savoureux que le matériel lui-même, lequel se doit d'être neutre, équilibré, explique un journaliste. Et un autre d'ajouter: «La documentation individuelle du journaliste sur des sujets de niche ne saurait dépasser celle des publics spécialisés (TI, fiscalité, comptabilité, etc.)»

La plupart des commentaires sur les sites analysés apparaissent à cause du fait que les informations manquent de crédibilité aux yeux des lecteurs. Parmi les causes des dérapages déontologiques enregistrés sur ces sites, les journalistes identifient: la vitesse de publication de l'information (sept d'entre eux), le manque de qualification (sept) et d'expérience (deux) professionnelle des journalistes en ligne, le sous-effectif rédactionnel (un), la course à l'audience et au trafic (sept), la quête du sensationnalisme (trois), le piratage des informations sur des sites concurrents qui sont plus rapides (un), les ordres du patron (deux), la corruption (un), l'absence d'une réglementation spécifique (un), le marché hyperconcurrentiel (un).

«Parfois je dénonce, comme lecteur, les dérapages saisis sur d'autres sites d'information. D'autres fois, non. Le plaisir est grand de voir la concurrence se tromper» dit un journaliste, interrogé sur les moyens de pression que le corps des journa-

listes utilise pour faire respecter les règles. «Je n'interviens pas pour signaler des dérapages déontologiques sur d'autres sites d'information en ligne car si je le fais tout en dévoilant mon identité, ce qui est mon cas, je contribue à faire croître leur trafic», ajoute un autre.

Les informations recueillies par les questionnaires sont soutenues par l'analyse des commentaires.

Un des plus graves problèmes pour le journalisme en ligne roumain, comme indiqué précédemment, découle de la facilité avec laquelle on peut copier-coller et éditer un texte, une image ou un document vidéo sur Internet. Depuis 2005, le Club Roumain de Presse, une association des éditeurs de journaux et des patrons de médias, avait décidé, concernant le droit de citation sur Internet, que la taille d'un texte de presse reproduit avec l'obligation de citer la source (le droit moral de l'auteur de l'œuvre citée) ne devait pas excéder 500 caractères et la moitié du texte citant. Les dérapages sont toujours plus fréquents, alors même que la loi relative au droit d'auteur protège les œuvres journalistiques, et nul procès judiciaire n'est connu de l'équipe de chercheurs.

En 2010, deux sites associés à des journaux sensationnels, www.libertatea.ro et www.cancan.ro, se sont mutuellement accusés de vol d'informations. La première dénonciation, qui est apparue sur www.libertatea.ro¹⁹, a suscité 114 commentaires: des félicitations, mais aussi des accusations. Quand la rédaction a qualifié de répréhensible le comportement de son concurrent, les cyberlecteurs ont réagi en disant que *Libertatea* reproduisait également des informations de sites en anglais sans citer la source.

Des lecteurs faisaient reproche aussi à la qualité des nouvelles sur les deux sites, www.libertatea.ro et www.cancan.ro, en général.

En réponse à l'attaque, www.cancan.ro a fait état d'une de ses exclusivités que www.libertatea.ro avait choisie de donner mais en citant une autre source²⁰. Aux cyberlecteurs de désapprouver: «Vous êtes vraiment gênants!».

Habituellement, les cyberlecteurs des sites sensationnels font des commentaires liés au sujet d'un article (par exemple, ils félicitent un couple qui attend un

19 <http://www.libertatea.ro/stire/site-ul-cancan-ro-prins-cu-mata-n-sac-la-furat-de-stiri-276341.html>, consulté le 29 septembre, 2010

20 <http://www.cancan.ro/actualitate/intern/cum-au-incercat-sa-fure-divortul-lui-ilie-nas-tase-89425.html>, consulté le 29 septembre, 2010

enfant ou blâme l'auteur d'un accident d'auto). Il leur arrive assez souvent de compléter aussi l'information: «On ne peut déterminer le sexe d'un enfant que vers le cinquième mois de grossesse, alors votre article désinforme²¹» ou «Pour conduire l'Hummer, un permis poids lourds est conseillé. A-t-elle l'auteure de l'accident un tel permis²²?»

Les cyberlecteurs constituent des sources d'informations également pour les sites de référence, tels www.hotnews.ro ou www.evz.ro. Ils discutent une mesure gouvernementale, comme l'élimination de l'impôt minimum²³, ils rajoutent telle information sur le ministre qui a introduit l'impôt, sur les dettes des compagnies vis-à-vis de l'Etat et de l'Etat vis-à-vis des compagnies, sur les frais de mise sur pied d'une compagnie, en situant l'information dans le contexte de référence qui leur paraît le plus adéquat.

Sur ces sites il y a aussi des commentaires liés à l'usage déficitaire des mots en roumain ou à l'utilisation des mots étrangers (www.evz.ro), des erreurs dont les journalistes se saisissent vite.

Parfois, les commentaires mettent en cause la pertinence des informations sensationnelles pour un site de référence²⁴:

En voilà une bonne! Une nouvelle essentielle [la chanteuse Andra est enceinte de trois mois et demi], sans laquelle vos lecteurs seront profondément désinformés. Dommage que vous n'ayez cité que deux sources, soient-elles de grande fiabilité [deux journaux sensationnels]. Si vous en aviez cherché une troisième, vous auriez appris qu'Andra est enceinte en dix mois et demi et qu'elle donnera naissance à un crocodile.

Un cas spécial peut être le refus d'y lire plus sur des sujets d'actualité suffisamment matraqués comme ceux relatifs au patron (Sorin Ovidiu Vintu) d'un groupe média, accusé dans un procès judiciaire²⁵:

21 <http://www.cancan.ro/showbiz/showbiz-intern/andra-si-catalin-maruta-sunt-in-culmea-fericirii-vor-avea-un-baietel-126207.html>, consulté le 29 septembre, 2010

22 <http://www.libertatea.ro/stire/milionara-cristina-uzunov-a-accidentat-mortal-un-motociclist-cu-hummerul-aurit-l-am-lovit-ca-avea-viteza-305361.html>, consulté le 29 septembre, 2010

23 http://economie.hotnews.ro/stiri-finante_banci-7870403-video-guvernul-eliminat-impozitul-minim-aprobat-set-masuri-pentru-sprrijinirea-firmelor.htm, consulté le 29 septembre, 2010

24 <http://www.evz.ro/detalii/stiri/maruta-va-fi-tatic-907531.html>, consulté le 29 septembre, 2010.

25 <http://www.evz.ro/detalii/stiri/turcan-despre-interviul-lui-sorin-ovidiu-vintu-se-confirma-campania-de-atacuri-la-adresa-presed.html>, consulté le 29 septembre, 2010

Braves gens, pourquoi faites-vous de la publicité à CET ESCROC CRIMINEL? Chaque ineptie de cet individu est transformée en nouvelle à la Une, ne voyez-vous pas qu'on parle d'un INFRACTEUR?

Un thème qui alimente avec récurrence les commentaires sur les sites de référence, soient-ils généralistes ou non, est la mise en question des motifs des journalistes de donner telle ou telle information. Les lecteurs parlent d'affiliation politique de la rédaction et attaquent les politiciens, disent-ils, protégés par les journalistes. Ces cyberlecteurs sont identifiés, dans le langage des équipes des partis politiques, comme des «postaci» (de l'anglais *post*): certains en sont des supporters d'un parti politique et font volontairement ces commentaires, d'autres le font pour de l'argent.

Sur les sites spécialisés, l'information et l'opinion sont recherchées souvent par les passionnés ou par les spécialistes. Un site très visité par les spécialistes des industries de la communication, www.paginademedias.ro (La page des médias), héberge de temps en temps des commentaires s'interrogeant sur l'intention des journalistes: veulent-ils informer leurs lecteurs ou fournir des services de relations publiques pour certains acteurs des groupes médias? La recette d'affaire de www.paginademedias.ro est fondée sur une promotion des valeurs déontologiques de la presse. Beaucoup de sujets sont proposés aux cyberlecteurs du site comme une invitation au débat. C'est le cas d'une série d'articles sur les participants à une *press trip* en Nouvelle-Zélande, voyage offert par une compagnie minière controversée de Roumanie²⁶. Un de ces textes a attiré 63 commentaires, alors que la plupart des articles sur ce site réunissent moins de 10 commentaires.

CONCLUSION

Un des premiers effets de l'interactivité, plus évident dans le cyberspace lorsque comparé aux médias traditionnels, est l'offre d'un texte à plusieurs auteurs: le journaliste et ses lecteurs. Texte journalistique et commentaire amateur fusionnent dans un produit complexe, d'information-opinion. Les normes déontologiques interdisent au journaliste de mélanger ses opinions et le texte informatif, mais ce cyberproduit défie ces normes. Les autres effets pour tous les sites, sensationnels ou de référence, sont liés à la complexité de l'information – ajouts de données et

26 <http://www.paginademedias.ro/2010/09/turcescu-despre-excursia-in-noua-zeelanda-%e2%80%9cnu-a-avut-loc-nimic-obscur-in-aceasta-deplasare%e2%80%9d/>, consulté le 29 septembre, 2010

de *background* par les cyberlecteurs – et à l’articulation de la discussion ouverte sur les pratiques journalistiques.

Interviews et commentaires ont mis en évidence un hiatus entre les journalistes en ligne et leurs lecteurs. Indépendamment du fait que les journalistes estiment importante la vitesse avec laquelle ils annoncent une nouvelle, ce qui compte pour les cyberlecteurs des deux types de sites (de référence et sensationnels) c’est que l’information livrée soit correcte. Lorsque les journalistes des sites sensationnels signalent un dérapage, tel le vol de propriété intellectuelle, les commentaires indiquent le fait que les lecteurs l’avaient déjà saisi, mais n’ont pas réagi. Les exigences de qualité auxquelles répondent les journalistes des sites sensationnels baissent; certains cyberlecteurs en sont conscients et, lorsque entraînés dans les discussions par les journalistes, ils soulèvent la question des normes tout en dénonçant les entorses à l’éthique.

Même si les journalistes en ligne sont quotidiennement confrontés à des commentaires critiques au sujet de la collecte d’informations et de l’écriture des articles, l’évolution vers de meilleures pratiques est très lente. Ce n’est que lorsque la pratique s’avère être préjudiciable à la rédaction (comme dans le cas du vol de propriété intellectuelle ci-haut mentionné) que les journalistes conviennent qu’ils ont besoin d’un changement.

Il est évident que les cyberjournalistes roumains n’ont pas d’identité de groupe. S’identifiant plus avec la rédaction dont ils font partie qu’avec le groupe des journalistes professionnels - cyberjournalistes -, ils se réjouissent des erreurs commises par la concurrence et ne réagissent pas quand les normes sont mises en question.

Par conséquent, un code qui défende un ensemble de conventions normatives pour le cyberspace ne saurait être adopté actuellement en Roumanie. Il fonctionnerait dans le moment où il devrait protéger l’identité de groupe et où les conditions du marché journalistique l’exigeraient.

Le relâchement normatif existe et il ressort des interviews et des commentaires, mais il n’est pas accepté par les lecteurs des sites de référence ou sensationnels qui souhaitent l’exactitude de l’information. Une sorte de négociation a lieu entre les lecteurs et les journalistes en ligne (par la pression des commentaires) laquelle contraint ces derniers à adopter les conventions (les normes régissant le produit journalistique) susceptibles de réduire le risque pour les lecteurs d’être trompés.

REFERENCES

- ARANT, M. D. & ANDERSON, J. Q. (2000). *Online media ethics: A survey of U.S. daily newspaper editors*. Paper presented to the Newspaper Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Phoenix. <<http://facstaff.elon.edu/andersj/onlinesurvey.html>>
- BECKER, H. S. (2008). *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- BERNIER, M.-F. (2004a). *Éthique et déontologie du journalisme*. Québec: Presses de l'Université Laval.
- BERNIER, M.-F. (2004b). Une vision systémique de la vérité en journalisme. In *Les Cahiers du Journalisme*, n° 13, pp. 124-131.
- BERNIER, M.-F. (2002). Quelques enjeux éthiques et déontologiques du cyberjournalisme. In *Éthique et Internet*, ed. Patrick J. Brunet, Québec, Les Presses de l'Université Laval, pp. 177-200.
- DEUZE, M. & YESHUA D. (2001). Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons From The Netherlands. In *Journal of Mass Media Ethics*, 16(4), pp. 273-292.
- DALLARD, E.-O. & SOKOLOWSKI, S. (2002). L'émergence de la déontologie journalistique dans la sphère des nouveaux médias: état de la situation. In BRUNET, P. J. (dir.), *Éthique et Internet*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, pp. 201-215.
- LASICA J. D. (2001). Online news on a tightrope. In *Online Journalism Review* <<http://www.jdlasica.com/2001/11/01/online-news-on-a-tightrope/>>.
- PÉLISSIER, N. (2003). Un cyberjournalisme qui se cherche. In *Hermès*, n° 35, pp. 99-107.
- PÉLISSIER, N., RUELLAN, D. et al. (Pascal Fortin, Florence le Cam, François Demers, Béatrice Damian-Gaillard, Franck Rebillard, Dominique Augey, Anne-Lise Touboul, Cécile Dolbeau, Roselyne Ringoot, Valérie Jeanne, Valérie Cavelier, Daniel Thierry, Ghislaine Chabert, Bénédicte Toullec et Jean-Michel Utard). (2002). *L'information en ligne: un nouveau paradigme pour le journaliste?* Paris: L'Harmattan, pp. 21-63.
- PÉLISSIER, N. (2001). Cyberjournalisme: la révolution n'a pas eu lieu. In *Quaderni*, n° 46, pp. 5-26.
- SILVERMAN, D. (2004). *Interpretarea datelor calitative* (traduction de *Interpreting Qualitative Data*, 2001). Iași: Polirom.
- SCHUDSON, M. (1978). *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. Basic Books.
- SCOTT, R. (2004). *Instituții și organizații* (traduction de *Institutions and organizations*, 2001). Iași: Polirom.

ISSN 2182-6552



9 772182 655002



RÉSEAU
MÉDITERRANÉEN
DE CENTRES
D'ÉTUDES ET
DE FORMATION