

REVUE INTERNATIONALE DE PHILOSOPHIE

MIRI



Indexation



ESJI
www.ESJIndex.org

Eurasian
Scientific
Journal
Index

ASCI
Asian Science Citation Index

zenodo

REVUE SEMESTRIELLE / N° 009 / DECEMBRE 2025

ISSN : 1987-1538

E-mail : revuemiri09@gmail.com

Tel. +237 6 99 56 34 79 / +223 75 35 97 82

Bamako - Mali

PRESENTATION

La Revue Internationale de Philosophie (Miri) est une collection périodique spécialisée du Centre Africain de Recherche et d’Innovations Scientifiques (CARIS) et de ses partenaires dans le but de renforcer et d’innover la recherche en histoire de la philosophie, philosophie de la logique, philosophie du langage, métaphysique, épistémologie, philosophie des sciences, philosophie morale et politique, esthétique, philosophie du droit, histoire des idées, philosophie de l’environnement, théologie et en ontologie.

Les objectifs généraux de la revue portent sur la valorisation de la recherche philosophique à travers le partage des résultats d'avancées scientifiques, l'innovation thématique, et la culture de l'esprit critique.

Son objectif spécifique est de redynamiser la production des thématiques pertinentes sur les réalités sociales africaines, les théories de la connaissance, la philosophie du développement, la philosophie des médias, la crise de l'identité de l'Afrique moderne, la philosophie de l'information et la pensée philosophique africaine.

EQUIPE EDITORIALE

DIRECTEUR DE PUBLICATION

Pr Belko OUOLOGUEM (Mali)

DIRECTEUR ADJOINT

Pr Sékou YALCOUYE (Mali)

COMITE SCIENTIFIQUE ET DE LECTURE

Pr Mahamadé SAVADOGO (Professeur des universités, Ouagadougou Joseph Ki Zerbo, Burkina-Faso)

Pr Yodé Simplice DION (Professeur des Universités Félix Houphouët-Boiny de Cocody-Abidjan),

Pr Jean Maurice MONNOYER (Professeur des universités Aix-Marseille I, France)

Pr Mounkaila Abdo Laouli SERKI (Professeur des Universités Abdou Moumouni de Niamey)

Pr Samba DIAKITÉ (Professeur des Universités Alassane Ouattara de Bouaké)

Pr Isabelle BUTERLIN (Professeur des universités Aix-Marseille I, France)

Pr Yao Edmond KOUASSI (Professeur des Universités Alassane Ouattara de Bouaké)

Pr Akissi GBOCHO (Professeur des universités Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire)

Pr Gbotta TAYORO (Professeur des Universités Félix Houphouët-Boiny de Cocody-Abidjan)

Pr Blé Marcel Silvère KOUAHO (Professeur des Universités Alassane Ouattara de Bouaké)

Pr Abdoulaye Mamadou TOURE (Professeur des universités UGLC SONFONIA, Conakry, Guinée)

Pr Jacques NANEMA (Professeur des universités Ouagadougou Joseph Ki Zerbo, Burkina-Faso)

Pr Nacouma Augustin BOMBA (Maitre de conférences, Université Yambo Ouologuem de Bamako, Mali)

Dr Ibrahim CAMARA (Maitre de conférences, ENSup, Mali)

Dr Souleymane KEITA (Maitre de Conférences, Université Yambo Ouologuem de Bamako, Mali)

COMITE EDITORIAL

Pr Sigame Boubacar MAIGA (Philosophie, Ecole Normale Supérieure de Bamako, Mali)

Dr Siaka KONÉ (Philosophie, Université Yambo Ouologuem de Bamako, Mali)

Dr Ibrahim Amara DIALLO (Philosophie, Université Yambo Ouologuem de Bamako, Mali)

Dr Oumar KONÉ (Philosophie, Université Yambo Ouologuem de Bamako, Mali)

Dr Amadou BAMBA (Economie, Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako, Mali)

Dr Eliane KY (Philosophie, Université Yambo Ouologuem de Bamako, Mali)

Dr Samba SIDIBE (Philosophie, Ecole Normale Supérieure de Bamako, Mali)

M. Souleymane COULIBALY (Philosophie, Université Yambo Ouologuem de Bamako, Mali)

REDACTEUR EN CHEF

Dr Mahmoud ABDOU (Philosophie, Ecole Normale Supérieure de Bamako, Mali)

COORDINATRICE

Dr Palaï-Baïpame Gertrude (Histoire, Université de Douala, Cameroun)

COORDINATEUR ADJOINT

M. Fousseyni BAGAYOKO (Informaticien, responsable technique de la Revue)

POLITIQUE EDITORIALE

La revue internationale de Philosophie (MIRI) est une revue qui paraît deux (2) fois l'année et publie des textes qui contribuent au progrès de la connaissance dans tous les domaines de la philosophie et des sciences humaines. Revue MIRI publie des articles de qualité, originaux, de haute portée scientifique et des études critiques.

« Pour qu'un article soit recevable comme publication scientifique, il faut qu'il soit un article de fond, original et comportant : une problématique, une méthodologie, un développement cohérent, des références bibliographiques. » (Conseil Africain et Malgache pour l'Enseignement Supérieur CAMES)

- ✓ La bibliographie doit être présentée dans l'ordre alphabétique des noms des auteurs.
- ✓ Classer les ouvrages d'un même auteur par année de parution et selon leur importance si des ouvrages de l'auteur sont parus la même année.
- ✓ Tous les manuscrits soumis à la revue MIRI sont évalués par au moins trois chercheurs, experts dans leurs domaines respectifs.
- ✓ Suite à l'acceptation de son texte, l'auteur-e s'acquitte des frais d'instruction et de publication avant la poursuite du reste de la procédure.
- ✓ Un texte ne sera pas publié si, malgré les qualités de fond, il implique un manque de rigueur sémantique et syntaxique.
- ✓ Chaque auteur reçoit son Tiré à part dès la publication du numéro.
- ✓ Les droits de traduction, de publication, de diffusion et de reproduction des textes publiés sont exclusivement réservés à la revue MIRI.
- ✓ Après le processus d'examen, l'éditeur académique prend une décision finale et peut demander une nouvelle évaluation des articles s'il a des présomptions sur la qualité de l'article.

SOMMAIRE

1. KOUYATÉ Alou, NASSOKO Lassana	
Les médias à l'épreuve de la pensée philosophique contemporaine.....	1
2. Domèbèimwin Vivien SOMDA	
Éducation et crise écologique en l'ère de l'anthropocène.....	20
3. Assindah MAGNETINE, Bahan LANDJERGUE	
La vie socio-économique à l'épreuve de la crise sécuritaire dans la préfecture de Kpendjal au Nord-Togo.....	40
4. IDI OUNFANA Nassirou	
La philosophie de la paix : entre Etat de droit démocratique et insécurité au sahel.....	57
5. KOFFI Lopez Emmanuel Oscar	
Morale et religion : prolégomènes à un humanisme laïc.....	71
6. Okon Bernardin DJOUPO	
L'heure africaine : Déconstruire une habitude temporelle en Afrique pour une temporellité authentique avec Heidegger.....	84
7. Gabriel VANNA	
Le numérique au-delà d'une révolution historique : introduction à la fabrique philosophique de la culture perceptive.....	100
8. Bah Leger KOUADIO	
Karl Marx et Amartya sen : convergences et divergences dans l'analyse du capitalisme.....	114
9. Adjoua Marie Jeanne KONAN, Antoine KOUAKOU	
Coopération verticale/multilatérale et développement durable des états africains.....	132
10. Jean Désiré SAWADOGO	
Qu'on est si bien sur sa propre natte : Autonomie et développement endogène dans la pensée de Joseph KI-Zerbo.....	149

11. Affoué Valery-Aimée TAKI	
Et si la nature avait un visage : réflexion lévinassienne sur un écologisme humaniste..	166
12. Dieudonné Achille Ozi GAGBÉI	
Un regard sur la participation démocratique du chrétien dans les États africains.....	178
13. MASSIKINI MOKEKA Jean-Pierre	
Réflexions sur les rapports juridiques entre le pouvoir central et les provinces en République Démocratique du Congo.....	192
14. Huédoté Fernand HOUNTON	
Des fondements philosophiques de la notion de programme génétique : entre cause finale et cause formelle.....	212
15. Mahmoud ABDOU	
Identités culturelles : entre conflits et nécessité d'un mieux vivre-ensemble.....	229
16. Antoine BORUGH-BU-DJORH	
La souveraineté des Etats africains à l'épreuve des coups d'Etat militaires : entre émancipation et néocolonialisme.....	241

LES MÉDIAS À L'ÉPREUVE DE LA PENSÉE PHILOSOPHIQUE CONTEMPORAINE

KOUYATÉ Alou,

doctorant en Philosophie Politique,

Éthique et Morale à l'Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody, Côte d'Ivoire

E-mail : kouyatealou50@gmail.com

NASSOKO Lassana,

docteur en Littérature française,

École Normale Supérieure de Bamako, ENSUP

E-mail : nassokolassana@gmail.com

Résumé

L’implication des intellectuels dans les affaires sociales n’est pas récente. C’est ainsi qu’on parle d’une poésie engagée contrairement à une autre lyrique, de même manière pour l’art, le roman, bref pour tous les genres littéraires. Ce qui justifie qu’avec le réalisme et le naturalisme du XIX^e siècle, les écrivains s’engagent à fond dans les maux de la société. Ces courants se fixent comme objectif de décrire la réalité telle qu’elle est. C’est dans ce sens qu’Émile Zola prend part dans le procès public et très médiatisé de l’affaire de Dreyfus. Ce travail permet de comprendre les défis et les écueils des mutations engendrées par l’exploration du champ communicationnel.

Mots-clés : Éthique et déontologie, Communication, Information, Médias, Maux sociaux.

Abstract

The involvement of intellectuals in social affairs is not recent. This is how we speak of a committed poetry unlike another lyrical, in the same way for art, the novel, in short for all literary genres. This justifies that with the realism and naturalism of the 19th century, writers are fully committed to the ills of society. These currents are set as a goal of describing reality as it is. It is in this sense that Emile Zola takes part in the public and highly publicized trial of the Dreyfus affair. This work makes it possible to understand the challenges and pitfalls of the mutations caused by the exploration of the communication field.

Keywords : Ethics and ethics, communication, information, media, social evils.

Introduction

Quand on parle de philosophie, nombreux sont ceux qui pensent à une discipline purement théorique et abstraite ; ceux-là sont persuadés qu'il s'agit d'une activité qui regroupe des individus particuliers, voire marginaux. Aux yeux de l'homme du sens commun, le philosophe est perçu comme un mythe, une personne incomprise et méconnue qui vit hors de la réalité. À côté de cette perception du philosophe, on peut ajouter sa démarche essentiellement critique qui consiste à s'interroger sur l'essence des choses ou à remettre en cause les choses les plus évidentes de la vie comme nos croyances, habitudes, idéologies etc. La philosophie est perçue aujourd'hui, par certains, comme une activité qui tourne en rond, étant donné que depuis sa naissance jusqu'à nos jours, elle pose les mêmes questions, là où les autres disciplines (la science, la technique) avancent à pas de géant.

Cependant, un tel préjugé montre que ceux-ci ignorent complètement la spécificité de la réflexion philosophique. En effet, elle demeure la seule discipline qui ne manquera jamais d'objet. Elle peut se prononcer sur toute forme de connaissances. C'est tout le sens de ces propos de (Augustin John Langshaw, 1970, p. 21) lorsqu'il affirme que :

la philosophie sans cesse déborde ses frontières et va chez les voisins. Je crois que la seule façon de définir l'objet de la philosophie, c'est de dire qu'elle occupe de tous les résidus, de tous les problèmes qui restent encore insolubles, après que l'on a essayé toutes les méthodes éprouvées ailleurs.

C'est ce qu'il fait qu'elle investit aujourd'hui plus sur les nouveaux paradigmes scientifiques et la conduite des médias avec l'impact de la communication dans nos sociétés modernes individualistes et démocratiques.

Par ailleurs, pour se départir de cette philosophie idéaliste, spéculative ou abstraite, taxée de platonicienne, c'est-à-dire une philosophie rivée sur les concepts, des philosophes modernes éprouvent le besoin de penser la modernité. De ce fait, la modernité qui commence à partir du XVII^e siècle jusqu'à nos jours est l'époque de la communication avec l'appui des médias comme « quatrième pouvoir ». (Pierre Bourdieu, 1994, p. 3). En d'autres termes, des philosophes très soucieux de l'ampleur des médias sont convaincus que la philosophie doit être en phase avec cette modernité. Elle a cette obligation de comprendre les mécanismes qui soutiennent la conduite des médias pour que ces derniers ne soient pas une source d'aliénation pour l'homme. C'est probablement dans ce sens que des philosophes entrent dans le cercle journalistique. D'où la nécessité de s'interroger sur ce qu'est réellement le journalisme ? Ce constat ouvre sur une suite de problématiques à examiner. Quel rapport entretient la philosophie

et le journalisme aujourd’hui ? Cette question essentielle ne peut être répondue qu’à l’aune des interrogations spécifiques : Quelles raisons peuvent-elles motiver les philosophes à s’investir dans le journalisme ? Pourquoi quitteraient-ils le temple du savoir pour s’afficher sur la scène médiatique ? La morale communicationnelle permet-elle d’encadrer éthiquement les discours médiatiques ?

Pour mieux prendre en charge notre sujet, ce sont les différentes questions auxquelles nous jugeons utile d’apporter des réponses favorables tout au long de cette étude. Y parvenir nous permettra de comprendre que la philosophie n’est pas comme certains le croient une discipline obsolète. Parce qu’avec la modernité, elle s’intéresse à l’histoire du présent, c’est-à-dire la question des médias, leur influence et impact sur la vie des hommes. Par conséquent, nous adoptons la méthode sociocritique. Ainsi, pour mener à bien notre sujet, nous allons l’orienter suivant ce plan. Dans un premier temps, nous aborderons la relation entre la philosophie et le journalisme. Mais avant d’en arriver là, nous jugeons nécessaire de faire quelques réflexions sur le concept de communication, en abordant le thème de communication médiatisée. Ensuite, nous consacrerons nos recherches sur la morale communicationnelle. Pour finir, nous montrerons que, c’est devant l’hostilité des journalistes de s’entendre sur des règles déontologiques que la justice fait son apparition dans le journalisme. Désormais, ce sont les tribunaux qui libèrent sur les droits et les devoirs des journalistes, des hommes de médias.

1. Philosophie et journalisme

1.1. La communication médiatisée

De nos jours, la communication fait l’objet de nombreux débats. Que ce soit dans les disciplines théoriques que pratiques, elle intéresse maintenant beaucoup plus de penseurs que dans un passé récent. Probablement avec l’irruption sans précédente des technologies de l’information et de communication dans nos quotidiens, la communication prend une nouvelle ampleur inattendue. Penser cette notion, la circonscrire, comprendre ses mécanismes et essayer de déterminer ses fondements cognitifs et inconscients devient la préoccupation des psychologues et des linguistes, de même que les philosophes (analytiques) ou tout simplement les acteurs de la communication. Ils ont jugé opportun de mettre en place des théories modernes, en adéquation avec la vitesse de la transmission de l’information dans les médias et l’impact de la communication dans la société. Elle constitue dorénavant un champ de recherche qui acquiert plus d’adhérents.

De prime abord, communiquer désigne cette activité qu'utilisent les hommes pour faciliter leur interaction. Elle était juste conçue comme l'énonciation d'une pensée. Elle se sert fréquemment du langage pour y parvenir. En effet, nous pouvons communiquer par plusieurs et différentes manières. Toute communication suit ce modèle classique à savoir : émetteur, message et récepteur. Toutefois, au cours de l'histoire et de l'évolution des sociétés et des théories, ce panorama change surtout avec l'avènement du télégraphe et de l'informatique dans la communication.

De manière générale, « la communication est définie comme la transmission de l'information entre deux lieux ou entre deux personnes ». (Jean pierre Menier, Daniel Péraya, 2015, p. 34). La première partie de la définition nécessite l'existence d'un message codé qui regroupe un ensemble de signes à décortiquer pour saisir l'information. À ce stade, il nous faut comprendre l'information dans son sens technique, c'est-à-dire au sens de transmettre un message. Par contre, la seconde partie décline une interaction directe entre deux individus, sans support ou canal pour transporter le message.

Cette manière de définir la communication peut être caractérisée de trop formelle même si, au préalable, montre qu'il s'intéresse à une conception technique de la communication, portant celle-ci ne peut se décliner sous une forme purement abstraite. En d'autres termes, même si le message passe par télégraphe, forcément, l'émetteur et récepteur sont des sujets physiques et le message renferme nécessairement un sens : un contenu sinon serait inutile. Il en découlera que cette conception de la communication n'est plus utilisée comme modèle quand il s'agit de comprendre cette notion, mais puisqu'elle fait partie des premières théories et qu'elle a beaucoup influencées celles qui l'on suivies, elle est juste sollicitée comme rappel pour mieux expliquer les nouvelles théories. Pour appréhender cette notion de communication, d'autres pensent qu'il faut des « théories qui rendent compte des pratiques de communications et qui les replacent dans l'ensemble des activités humaine ». (Serge Proux, Philippe Breton, 2006, p. 10).

Si en « partant du point de vue que tout acte illocutoire est destiné à transformer la réalité » tel que l'affirme (Jean pierre Menier, 2015, *ibid*) il peut exister de multiples et différentes manières de transformer celle-ci. Dans cet ordre d'idées, J. L. Austin montre que certains de nos énoncés ont une valeur de faits, d'actions. Il donne l'exemple du maire dans *Quand dire, c'est faire*, qui parle la simple énonciation : je vous déclare mari et femme ; scelle en même temps l'union sacrée du mariage de deux personnes. Par conséquent, nos paroles ne sont pas de simples sons qui échappent de notre bouche pour ne rien signifier en retour. L'acte illocutoire induit des droits et des devoirs ; l'énonciation installe des obligations (devoirs) entre

les partenaires dans une discussion. Lorsque l'un parle ou pose une question, l'autre est obligé de répondre même s'il sait que son interlocuteur connaît la réponse de la question posée. À cette phase de la communication, nous constatons que l'énonciation « apparaît comme un cas particulier d'acte juridique, comme un cas juridique accompli par la parole ». (Jean pierre Menier, Daniel Péraya, 2015, p. 147). Cet acte juridique constraint l'auditeur en devoir de répondre, d'interagir avec son interlocuteur. Donc, il l'impose un rôle à jouer dans la discussion. De la même manière, l'énonciation génère des droits. En effet, tout comme l'auditeur est obligé de répondre, naturellement il peut exiger aussi un droit de continuer la discussion et d'être répondu à son tour. En revanche, il est important de rappeler que ces droits et devoirs induits par l'acte illocutoire ne sont valables qu'à l'instant discursif. En d'autres termes, même s'ils constituent de cas particuliers d'acte juridique, leur autorité n'a de valeur que durant l'échange. La communication devient alors cette activité qui à partir de moyens et de supports et surtout une mise en forme, permet la parole humaine d'être transportée vers l'autre. Néanmoins, dans nos sociétés modernes individualistes et complexes où chacun souhaite que sa parole soit entendue, la communication joue un rôle essentiel. Ce qui explique l'essor des médias.

Avec l'émergence des sociétés démocratiques où l'individu et sa liberté d'expression sont au centre de l'attention, on assiste à une croissance considérable des médias qui tentent de donner la parole à chacun. De ce fait, les médias sont fréquemment soupçonnés de manipulation, de tromperie, de désinformation et de propagande. Toutefois, les médias véhiculant une communication pour les masses, ce que chacun a à dire est-il utile pour tout le monde ? S'agit-il d'une communication ou d'un bavardage ? Une telle interrogation amène la philosophie, en dépit de sa démarche fondamentalement critique, consistant à s'interroger sur ce que nous vivons de manière naturelle et normale, à saisir les sources des dérives de la communication.

Étant définie comme un droit fondamental, la liberté d'expression découle sur toute forme d'exagération dans les médias. Ces derniers aujourd'hui débordent de témoignages, de points de vue, d'autobiographie, etc. Ce fléau s'aggrave avec l'arrivée de l'internet. Étant un marché libre où il n'y a pas de limites ni de règles pour modérer les publications, on assiste plus de bavardage qu'à l'expression. Même si « chacun a un droit absolu à l'expression » (Robert Maggioro, 2001, p. 109), elle doit être le reflet de la pensée en ce sens que penser c'est conceptualiser : c'est-à-dire produire une connaissance qui peut découler sur une véritable science et non sur des effets de savoirs ? Mais si parler revient à ne rien dire ou à raconter sa

propre vie, nous pouvons soutenir qu'avec l'internet, on assiste plus à l'expressionisme qui est le reflet des « carences de la pensée ». (Robert Maggioro, 2001, p. 110).

C'est conventionnel que l'internet a beaucoup d'aspects positifs, il a facilité la recherche dans quelque domaine que ce soit. Mais nous en avons aussi toutes sortes d'informations. Tout y est mélangé, confondu, mis pêle-mêle. Il y a tellement de choses qui relèvent de l'ivraie. Ce phénomène est aggravé par son accès libre dans plusieurs sites. Des sites où, si on clique sur un sujet précis, on sera bombardé d'information. Car, chacun y est spécialiste, pire encore sur tout. Des gens y débattent et donnent des conseils comme des experts. Malheureusement les non avertis seront bernés et désinformés, personne ne prend plus la peine de parcourir les articles de presse en format papier ou texte scientifique signé d'un éminent écrivain ou chercheur. Ainsi, les vrais spécialistes sont rangés de côté. Les ignorants et imposteurs deviennent les vedettes dans la toile. En d'autres termes, on consulte souvent sans cesse sur internet sur de sujets essentiels, l'avis des internautes, de nos pseudo- connaissances dont on ignore sur eux. Le diagnostic d'un spécialiste ou l'analyse d'un expert sur beaucoup de questions, même très techniques, n'est plus reconnu. C'est dans cette perspective que lors de notre entretien avec l'un des formateurs de (l'ESJSC), École Supérieure de Journalisme et des Sciences de Communication du Mali sur ce sujet, nous faisait part d'un phénomène très fréquent sur les réseaux sociaux aujourd'hui : « quand il y a une publication sur Facebook, le premier commentaire influence tous les autres commentaires. Même si celui-ci est en déphasage avec l'esprit du post». (M. Chérif Hamed Touré, 2025).

En effet, l'internet a introduit un nouveau mode de vie dans nos quotidiens : le culte de soi : « une communication auto-récitative, où, quotidiennement, sinon minute par minute, chacun s'expose et expose à chacun, par l'écrit ou la photo, les moindres petits événements et non événements de sa vie ». (Robert Maggioro, 2001, p. 112). Poster en instantané ses moindres faits et gestes et s'empresser pour les commentaires devient la tendance. Par exemple quand on partage des moments en famille ou entre amis ou camarades et collègues, on est animé par ce désir de prendre, à chaque instant, des photos, vidéos et d'écrire de petits textes généralement vains, pour les partager sur la toile avec nos amis virtuels. Cette nouveauté (Céline Portet Bryon, 2007, p. 2).

engendre une société où les individus sont apparemment plus proches, grâce aux médias qui permettent une télé-présence, soit une présence virtuelle ; mais ils sont, de fait, plus étrangers les uns les autres, [...] Ils n'échangent que de manière fragmentaire et superficielle, sans pouvoir vraiment vivre ensemble.

Il peut même arriver qu'on se dispute avec quelqu'un parce qu'il n'a pas *liker* notre publication. Par-là, on voit clairement la présence effective de cette virtualité de l'internet dans nos vies. Aujourd'hui, la plupart d'entre nous accordons plus d'importance à leurs amis virtuels qu'aux individus avec qui l'on vit et que l'on connaît physiquement et moralement.

Toutefois les médias numériques (avec l'internet) ou les médias classiques (presse écrite et audiovisuelle), ne sont que des « outils de transmission de l'information ». (Céline Portet Bryon, 2007, p. 10). Le contenu qu'ils véhiculent n'existe pas sans l'émetteur (l'homme), il en est le seul auteur. On est en face d'une inversion des rôles dans la mesure où, le contenant (les médias) supplante le contenu (le message). Le véritable problème se situe alors au niveau de l'homme, l'émetteur du message. Il aurait créé un instrument auquel il ne parvient plus à contrôler. Ces innombrables fautes imputées aux médias ne font que traduire la vraie nature de l'homme qui veut dominer ses semblables à travers les discours médiatiques. « C'est l'homme qui asservit l'homme, qui s'aliène soi-même. Ses objets réfèrent la perception qu'il a, ou qu'il veut, de lui de ses semblables ». (Céline Portet Bryon, 2007, *ibid.*).

En somme, malgré sa dimension essentielle dans la vie de l'homme, la communication surtout médiatisée déborde aujourd'hui sur toute sorte de discrédit : les médias sont taxés d'engendrer de nouvelles violences, de tensions sociales. Ceci justifie que la philosophie, de par son sens critique tente de soulever les fondements d'un tel fléau, en montrant que c'est plutôt l'homme lui-même qui aurait créé les médias qui reflètent sa véritable nature. Toutefois, force est de reconnaître que les philosophes sont, de plus en plus nombreux sur la scène médiatique et par conséquent deviennent des acteurs de communication médiatisée. Ce faisant, nous allons nous intéresser dans la suite de notre analyse ce qui a favorisé le transfert du discours philosophique sur les médias.

1.2. L'avènement de la philosophie dans les médias

L'avènement de la philosophie dans les médias se manifeste par une présence accrue de la pensée philosophique dans les débats publics, les articles de presse, les émissions de télévision et de radio. Cette tendance qui s'est accentuée ces dernières années, témoigne d'une volonté de démocratisation de la philosophie, rendant plus accessible au grand public et l'utilisant comme outil pour analyser et comprendre les enjeux de la société. La philosophie n'est plus seulement une discipline académique réservée aux spécialistes. Elle est de plus en plus mobilisée pour analyser les événements d'actualité, les enjeux sociaux, politiques et éthiques.

Conçue dès son surgissement comme une pensée de rupture, la réflexion philosophique est une recherche perpétuelle et toujours renouvelée de la connaissance. En tant qu'aspiration et non possession de savoir, la philosophie se fonde sur une démarche fondamentalement critique. Celle-ci n'est pas uniquement une critique interne entre les philosophes et leurs philosophies, mais aussi une critique externe faite aux autres formes de savoirs. Son objectif n'est pas de démolir, mais plutôt reconstruire. Cette reconstruction que vise la philosophie n'a pas de limites. Elle s'étend à l'ensemble de la culture, c'est-à-dire tout ce qui peut être sujet de connaissances. Ce faisant, la philosophie a un rôle de régulatrice. C'est tout le sens de l'épistémologie concernant les théories scientifiques, l'esthétique pour l'art, la philosophie du journalisme pour les médias, etc. C'est dans cette perspective que (Jürgen Habermas, 1986, pp. 24-25) écrit dans *Morale et communication* : « ce n'est pas seulement vis-à-vis des sciences que la philosophie se comporte comme la plus haute instance judiciaire, mais vis-à-vis de la culture dans son ensemble ».

En réalité, avec les anciens, la plus grande partie de sa tâche était centrée sur des thèmes tels que la théorie de la connaissance et les questions dites métaphysiques. En effet, la philosophie est avant tout amour de la sagesse. Et le philosophe se définit par excellence comme un amoureux de la connaissance, contrairement au sophiste qui se décline possesseur de celle-ci. Mais, il s'est avéré que depuis la naissance de la philosophie jusqu'à nos jours, on a assisté à l'émergence d'autres formes de savoirs (technologie, la médecine, la technique, l'informatique etc.) qui semblent participer grandement à l'épanouissement de l'homme à l'opposé de l'activité philosophique qui demeure encore dans son cadre spéculatif. Par conséquent, les philosophes modernes pensent que la philosophie doit s'imprégnier de plus en plus de l'histoire du présent (actualité). Car, si elle continue sur sa lancée première, elle risque de déclassement par rapport à ces autres formes de connaissances. Dit autrement, même si la philosophie se définit, au préalable, comme amour de la sagesse, le philosophe ne doit pas être hors du temps. Le savoir auquel il vise n'a de sens que s'il peut servir dans la vie pratique. C'est indispensable pour lui, en tant que chercheur inassouvi, qu'il soit imprégné de ce qui se passe sous ses yeux, des faits concrets, de la réalité. C'est dans cette mouvance que nous assistons aujourd'hui à une forte présence des philosophes dans les médias. La question que nous jugeons incontournable est de savoir qu'est ce qui a réellement favorisée cette entrée de la philosophie dans la guérilla médiatique ? Peu importe les raisons, cet avènement de la philosophie dans les médias n'aurait jamais eu lieu s'il n'y avait pas d'entente entre les philosophes et les journalistes. Chacun d'eux a trouvé son compte dans cette collaboration.

Appartenant à ce vaste champ des sciences humaines et sociales, la finalité de ces disciplines comme la philosophie, la sociologie, l'histoire etc. est non seulement d'aider l'homme à percer l'énigme liée à son existence et de participer à son épanouissement, mais aussi de comprendre les mystères de la nature qui l'entoure. Le rôle premier du journaliste n'étant que de relater les faits, il a besoin le travail du philosophe ne serait-ce que par l'élucidation des concepts qu'il manipule. L'homme a horreur du vide. Il préfère plus une explication mythique qu'un simple silence. Or, dès ses débuts, la philosophie a retenu comme objectif primordial de clarifier les notions qu'elle utilise. De ce fait, les médias s'investissent davantage aux travaux des philosophes. Il leur faut ces penseurs qui serviront d'intermédiaires ou de médiateurs entre les champs de production culturelle et la sphère médiatique.

Ainsi, différentes interventions prêtent à la philosophie un rôle à jouer dans les « événements qui saturent les médias ». (Malika Temmar, 2019, p. 13). Car, si l'on se réfère à Platon, le philosophe a la science de distinguer le bien du mal voire, de choisir le premier au détriment du second. Il a déjà effectué ce voyage dialectique qui consiste à quitter ce monde sensible, corruptible et faux, pour aller dans le monde des Idées, y chercher la vraie connaissance, pour enfin revenir dans le monde sensible et le partager avec ses semblables. (Platon, 2008). C'est évident que penser n'est pas exclusivement philosophique, mais bien penser est rattaché à cette activité. Par exemple, nombreux sont ceux qui pensent comme Jacques Derrida, en s'appuyant sur (Malika Temmar, 2019, p. 13) que « le philosophe est celui qui prendra toujours de la distance par rapport au langage ; d'où son souci de distinguer différentes significations des termes qu'il utilise ».

Ceci justifie, lorsque le journaliste invite le philosophe sur la scène médiatique, c'est souvent à la recherche de différence, de rupture, de nouveauté par rapport autres interventions qui y ont eu lieu. Les types de questions adressées aux philosophes dans les médias nous éclairent davantage sur l'image du philosophe établie par le journaliste. En ce sens que, par le fait uniquement d'attribuer le qualificatif de philosophique à un auteur ou à un texte par les médias suscitent des interventions dans le champ philosophique et dans l'espace public. La personne du philosophe est un mythe pour la société, chacun veut entendre sa parole. Il est perçu comme indispensable, sur ce tout ce qu'il dira doit être appliqué sans attendre. Parce que la philosophie est avant tout une discipline universelle et son intemporalité nous montre qu'elle a déjà réfléchi sur tous les thèmes, d'où sa pérennité. On a l'impression que le philosophe a la solution de tous nos maux. C'est pourquoi, le journaliste oriente généralement l'échange vers « les modalités déontologiques et l'appel aux valeurs ». (Malika Temmar, 2019, p. 6).

De plus, selon l’opinion, la finalité de toute philosophie est d’aider les hommes à vivre heureux. Il en découlera que, quand un philosophe est interpellé sur les médias, c’est fréquemment pour faire appel à « la dimension du « vivre bien » de la philosophie, celle vertueuse (Malika Temmar, 2019, *ibidem*). En d’autres termes, le journaliste convoque le philosophe quand les esprits sont troublés par des événements terrifiants de la vie, pour qu’il apaise les cœurs, calme les consciences et adoucit « les inquiétudes du moment ». (Malika Temmar, 2019, p. 3). En ce sens que le philosophe a toujours les mots qu’il faut quand il le faut. N’est-ce pas ces trois grandes célèbres écoles philosophiques (Epicurisme, Scepticisme et Stoïcisme) ont consacré la majorité de leurs spéculations à la recherche de l’ataraxie : la paix intérieure, la tranquillité de l’âme ? Dit autrement, la morale philosophique est sollicitée dans les médias dans un contexte d’inquiétude où la question de survie est essentielle.

L’alliance philosophie/journalisme est établie, les philosophes ne peuvent plus ignorer la question des médias. À notre ère, le journalisme bénéficie d’une toute puissance. C’est le « quatrième pouvoir » après le pouvoir exécutif, législatif et judiciaire (Pierre Bourdieu, 1994, p. 3). Mais cette supposée puissance ne saurait l’exempter de subir les contraintes externes liées au poids du commercial, des géants du marché à savoir les annonceurs et les lecteurs. Ainsi, c’est par le biais des journalistes que ces derniers exercent leurs dominations sur les différents champs de production culturelle même les plus autonomes, comme ceux des philosophes, des juristes et des scientifiques. C’est pourquoi les conservateurs trouvent que même si la philosophie est contre tout dogmatisme, elle ne serait pas non plus une activité qui s’exerce dans l’espace public ou avec des étrangers. Par étrangers, nous entendons toute personne qui ignore les principes de la philosophie. Par prudence, on philosophe entre amis, pour ne pas sombrer dans le ridicule et les dérapages.

Il est désormais évident que la philosophie ne peut plus faire l’impasse sur la question des médias, qu’elle traque jusque dans ses replis les plus discrets. En effet, la réflexion sur les médias s’impose avec force à la philosophie contemporaine, qui se doit de l’explorer, y compris dans ses manifestations les plus invisibles. Elle doit jeter un regard sur la conduite des médias : les cerner et circonscrire. Ses perspectives se trouvent davantage sur les pratiques journalistiques et techniques. De ce fait, l’association philosophie et journalisme devient plus inévitable. Dans quelle mesure cette collaboration peut-elle être bénéfique pour l’espace public ? Quelle attitude adoptent les philosophes face à la question des médias ?

Par rapport à cette question, deux camps de philosophes se dessinent. D’une part, nous avons ceux qui sont pour la conservation de l’histoire philosophique légué par les anciens. Ils

refusent une quelconque liaison avec les médias. « Il y a en effet une pérennité de vivre et de penser, par quoi Aristote ou Leibniz sont nos contemporains ou peuvent l'être et qui vaut mieux que la mode ». (Louis Pinto, 1994, p. 34). Ils préfèrent s'enfermer dans leurs citadelles d'hommes de science, confiner entre eux. D'autre part, il y a aussi ceux qui militent pour l'ouverture de la discipline vers de nouvelles destinations en ce sens que « la modernité de la philosophie commence avec l'irruption de l'actualité dans l'horizon de la pensée philosophique en lieu et place de l'éternité ». (Patrick Champagne, 2019). Ce groupe est divisible en deux sous parties. Nous avons aussi ceux qui tentent de penser la modernité avec l'impact des médias. Cependant, quand le philosophe est interpellé sur les médias, c'est souvent pour apporter une réflexion sur une actualité brûlante, des questions du moment. Il peut être aussi sollicité pour faire ce que l'on nomme communément le journalisme philosophique.

2. Morale communicationnelle

2.1. L'éthique en philosophie et en journalisme

L'éthique, en philosophie et en journalisme, partage des fondements communs mais se manifeste différemment. En philosophie, l'éthique est une discipline qui étudie les principes moraux et les jugements de valeur, cherchant à déterminer ce qui est bien ou mal, juste ou injuste. En d'autres termes, l'éthique philosophique examine ce que les individus devraient faire et comment ils devraient agir. Quant à l'éthique journalistique, définit les règles de conduite que les journalistes doivent respecter dans l'exercice de leur fonction. Parmi les principes éthiques du journalisme, on retrouve la véracité, l'objectivité, l'équité, la confidentialité et la responsabilité.

Tout comme la question « Qu'est-ce que la philosophie ? », celle « Qu'est-ce que l'éthique ? » nous ramène à une étude multidimensionnelle. Comme beaucoup de penseurs, les philosophes tentent aussi de fournir une réflexion à cette interrogation. Au-delà de mettre en place un discours rationnel (les classiques) sur ce concept, des philosophes modernes, soucieux de l'ampleur de la communication de nos jours, évoquent la notion d'éthique de la communication publique. D'où cette interrogation : quel est le statut du discours philosophique en éthique ?

Même si beaucoup de philosophes abordent cette notion à partir de Wittgenstein et que de nombreuses d'études partent de ses textes, le philosophe autrichien n'a pas formulé une pensée spécifique sur celle-ci. Seuls des éléments éparsillés dans ses écrits nous font penser l'éthique. Suite à sa « Conférence sur l'éthique », François de Montigny publie un article en

guise de commentaire sur la position de Wittgenstein en éthique. Ce dernier la définit comme étant « l'investigation de ce qui a une valeur, ou de ce qui compte réellement, ou j'aurais pu dire encore que l'éthique est l'investigation du sens de la vie, ou de ce qui rend la vie digne d'être vécue, ou de la façon correcte ». (François de Montigny, 2015, pp. 378-379).

Étant donné sa portée dans la vie de l'individu, tous les discours adressés à son encontre se valent. Dans la mesure où personne n'est en mesure de prescrire une éthique absolue même en s'appuyant sur un fondement spécifique. Ainsi, la philosophie qui se décline généralement comme recherche de la vérité, voire Hegel qui la définit comme possession de la vérité, ne doit jamais prétendre détenir une vérité éthique. En effet, quand le philosophe se prononce sur l'éthique, c'est simplement en tant que sujet individuel et non en tant que représentant de l'instance philosophique. C'est tout le sens de ces propos de R. P. Droit, cité par Malika Temmar dans « La philosophie dans la presse écrite : le cas des entretiens » : « en outre, je ne saurais parler au nom de « la » philosophie, qui est multiple, diverse, traversée de quantités d'écoles et de querelles. Je ne revendique donc que mon regard, celui d'une subjectivité qui s'efforce de réfléchir, de discerner des éléments à creuser ». (Malika Temmar, 2019, p. 8). En d'autres termes, le philosophe ne doit pas rattacher cette notion à aucunes pensées ou doctrines philosophiques. En éthique, sa parole est au même niveau que les autres voix qui s'y prononcent. Elle peut indiquer un chemin à suivre pour accéder à une bonne, sans jamais contraindre qui que ce soit à le suivre.

L'éthique doit provenir dans la théorie de l'action. C'est à partir de nos pratiques quotidiennes qu'on doit trouver un principe moral à adopter. Nous n'avons « plus besoin de construction métaphysique, allons voir dans nos pratiques et le tour est joué ». (François de Montigny, 2015, pp. 97-98). En effet, François de Montigny cherche un fondement individuel et circonstanciel de l'éthique, car cette notion est variable, donc la bonne façon d'agir doit être mue par une conscience inférieure. Il en découlera qu'une chose est jugée bonne selon son but, son efficacité, son impact. Étant connu bien entendue qu'elle est la connaissance qui nous permet de distinguer le bien du mal. Or le bien doit se suffire à lui-même, l'éthique relève donc d'une supériorité qui surpassé l'entendement humain. Par conséquent, l'homme ne peut que fournir une éthique relative. « Il me semble évident que rien de ce que nous pourrions jamais penser ou dire ne pourrait être cette chose, l'éthique ; que nous ne pouvons pas écrire in livre scientifique qui traiterait d'un sujet intrinsèquement sublime et d'un niveau supérieur à tous autres sujets ». (François de Montigny, 2015, p. 377).

La modernité est marquée par l’explosion de la communication publique dans le monde avec l’influence des médias. Ainsi des questions d’ordre moral, voire éthique, comme le conflit d’intérêt et la diffamation sont souvent soulevées dans la communication publique. C’est dans cette optique que Gilles Gauthier disait : « l’éthique et la communication sont aujourd’hui, chacune de leur côté, fort à la mode ». (Gilles Gauthier, 1990, p. 121). Ce phénomène est dû par le manque de confiance dont souffrent les acteurs de la communication publique. L’éthique devient alors un élément central dans le débat communicationnel. Le journalisme, fréquemment soupçonné de tromperie et de manipulation, nous servira d’illustration dans notre étude.

L’éthique de la communication doit être immanente dans la communication elle-même. Il nous faut accorder une grande importance au langage spontané, quotidien et commun de ces agents ; puisque l’association entre philosophie morale et communication publique ne font toujours pas bon ménage. Elles agissent dans des domaines contraires. La première est dans l’abstrait, la spéculation alors que la seconde est dans la pratique, l’action. Par conséquent, des études empiriques, plus particulièrement qualitatives, effectuées par Rilla D. Mills dans les quêtes et sondages concernant la conception et la considérations de l’éthique journalistique, nous montrent deux conceptions distinctes de la moralité communicationnelle : « suivant une première vue des choses, minoritaire, l’éthique serait relative à un sens extra-professionnel de la moralité [...] La seconde conception, largement majoritaire, de l’éthique journalistique est celle qui identifie à un idéal d’objectivité ». (Gilles Gauthier, 1990, pp. 128-129).

Malgré les différentes et nombreuses tentatives (scientifiques, rationnelles ou religieuses) d’asseoir l’éthique sur un socle ne nous conduisent guère à une éthique absolue. Les acteurs de l’information et de la communication ne se lassent pas et recourent à la déontologie comme principe éthique dans le journalisme. Une étude comparative entre l’éthique et la déontologie menée par Alexandrie CIVARD-RACINAIS sur la déontologie des journalistes montre que : « la déontologie relève donc de la sphère publique, à la différence de l’éthique-ensemble des idées de quelqu’un sur la morale qui appartient à la seule sphère privée ». (Mamadou Ndiaye, 2020). De ce fait, on peut voir en éthique quelque chose de tout à fait individuel et personnel contrairement à la déontologie qui est une affaire publique.

2.2. La déontologie des journalistes

De plus en plus, exercer la profession des journalistes est contraignant. Deux phénomènes en sont les causes : d’une part, nous avons, l’insécurité de l’emploi. À la sortie de la formation, les étudiants peinent pour l’insertion. La demande est supérieure à l’offre. Il s’y ajoute une soif

de déontologie pour combler le déficit confiance du public. D'autre part, nous avons l'influence du marché de l'économie et du marché politique. « Le risque de confusion entre les intérêts de l'information et ceux de la promotion est bien sûr d'autant plus grand que l'économie d'un média est dépendante des annonceurs ». (Éric Rodhe, 2003, p. 24). L'irruption de la technologie dans ce champ vient couronner le tout. Le déficit de confiance du public envers les journalistes s'élargit ; ils sont « incapables de résister « aux pressions des partis politiques et du pouvoir » ainsi qu'aux pressions de l'argent ». (Alexandrine Civard-Racinais, 2003, p. 8). On est en face d'une crise morale. D'où l'implication de nombreuses personnalités externes de la profession dans l'établissement des règles déontologiques.

Suite aux dérapages récurrents dans le journalisme, le débat sur l'éthique et la déontologie des journalistes est au cœur des revendications. Certains en doutent, ils se permettent même d'insinuer une « incertaine éthique » alors que d'autres gardent l'espoir et tentent inlassablement de définir et de redéfinir les règles déontologiques. (Alexandrine Civard-Racinais, 2003, p. 40). En effet, nombreuses sont les conditions qui favorisent les comportements déviants. Parmi lesquelles on peut citer : distorsion, falsification, uniformisation, etc.

Distorsion, c'est quand « les médias donnent une image biaisée d'un fait ou évènement ». (Éric Rhode, 2020, p. 8). Il s'agit d'opérer une sélection intentionnelle dans l'information à fournir, en diffusant une partie et taissant l'autre qui est souvent indispensable pour saisir celle-ci dans son ensemble. Cela ne veut pas dire que l'information est fausse mais juste incomplète. Ceci provient souvent d'un parti pris qu'à un média vis-à-vis de certaines situations. Un journaliste est avant tout un individu évoluant dans une société avec ses envies, désirs et idéologies. Cependant, quand il exerce l'activité journalistique, il doit mettre en retrait toutes ses considérations, en se préoccupant seulement de relater fidèlement les faits. Ce parti-pris, c'est lorsqu'il cède « à des convictions personnelles ou à de préjugés ». (Éric Rhode, 2020, p. 42).

En effet, la falsification existe lorsque les médias se versent dans la tromperie. On parle de falsification dans le cas des médias mensonges ou désinformations. Elle peut être intentionnelle ou non intentionnelle. Pour le premier cas de figure, la tromperie est volontaire, voire manigancée et fabriquée par le journaliste qui a d'autres soucis « que la transcription la plus vraie possible » de l'information. (Mamadou Ndiaye, 2020, p. 44). La crainte, la peur, la menace provenant d'agents extérieurs peuvent être aussi la cause. Le journaliste s'attarde sur des futilités pour éloigner le public de la vérité pour une complaisance consciente. Par contre,

dans l'autre, c'est quand le journaliste déforme involontairement la réalité. Comme la distorsion, il omet un élément essentiel dans le compte rendu. Contrairement à celle-ci, c'est une erreur de bonne foi. Car, par manque de compétence, d'expérience ou de formation, le journaliste peut négliger des séquences nécessaires dans l'analyse du document. Ainsi, ses recherches se basent sur de simples opinions et non d'une quelconque connaissance. Il donne du crédit à ce qu'il ne fallait pas ou en prive à ce qu'il en fallait : « la part cachée qu'il serait plus pertinent de mettre au jour ». (Mamadou Ndiaye, 2020, p. 54).

En ce qui concerne l'uniformisation, elle part du constat selon que les médias produisent dans un sens univoque. En effet, « l'une des caractéristiques de l'espace public est son pluralisme : pluralismes des journaux, pluralisme des médias ». (Patrick Champagne, 1998, p. 168). Le pluralisme, au lieu d'instaurer la diversité, la divergence d'opinion ou d'apporter du nouveau, de différent, nous conduit à une production similaire, monotone, centripète, c'est-à-dire absence d'originalité et de pertinence, voire installe la concurrence entre les médias. Pas n'importe laquelle, il s'agit d'une concurrence malsaine. Ils produisent dans le même sens, les médias peuvent être différents par appellation, mais leurs contenus d'émission restent les mêmes. Les médias se copient mutuellement dans leur programme. En d'autres termes, l'uniformisation, c'est aussi quand les médias « se succèdent dans le même ordre, pour dire à peu près les mêmes choses ». (Éric Rhode, 2020. 47). Par exemple, pour interpréter une actualité dominante, les journalistes fournissent une analyse semblable. « Le phénomène est récurrent entre médias directement concurrents au sein d'une famille de médias ». (Éric Rhode, 2020). On a l'impression que les médias s'observent et s'influencent mutuellement, ce sens que les journalistes passent d'un média à un autre pour les questions financières ou de notoriété. Rares sont aujourd'hui ceux qui démissionnent pour des préoccupations éthiques et/ou déontologique.

Compte tenu de toutes ces remarques déplorables, les journalistes militent pour la cause de chartes et codes déontologiques pour réguler et valoriser leur travail. Les plaintes liées soit à la diffamation soit à l'atteinte de la présomption d'innocence et du droit de l'image dont ils font constamment l'objet ne font que réduire davantage leur crédibilité aux yeux du public. Rappelons qu'aujourd'hui, le public jouit d'un pouvoir de sanctionner les médias. Toutefois, ce pouvoir doit être relativisé au sens où il doit posséder la culture requise pour cela. Quoi qu'il en soit, son implication devient plus prononcée que par le passé où il était réduit au simple statut de consommateur, incapable de se prononcer sur la qualité de l'information diffusée.

En gros, « la déontologie journalistique représente un ensemble de règles qui régissent la conduite du journaliste à l'égard de ses confrères, de son public, de la société ». (Alexandrine Civard-Racinais, 2003, p. 3). Naturellement, seuls les journalistes devraient ériger ces règles. Toutefois, face à leurs désaccords de convenir sur une instance de contrôle durable, le travail du juge judiciaire y est inclus. Ainsi, l'interdiction de diffamer comme principe déontologique est inspirée de « la jurisprudence des cours et des tribunaux ». (Alexandrine Civard-Racinais, 2003, p. 5). Parallèlement, des règles internes deviennent parfois des lois. C'est l'exemple « du droit de réponse ». (p. 6). Il est désormais « prévu par l'article 13 de la loi 19 juillet 1881 ». (Alexandrine Civard-Racinais, 2003). C'est pour montrer qu'il peut exister une complémentarité entre la loi et la déontologie des journalistes. Là où l'un ne peut plus agir, l'autre continue de le faire. Pour assurer la permanence car les journalistes en ont plus que jamais besoin surtout avec la tentation qui fuse de partout. Pourtant, l'ambition de créer une autre instance de contrôle anime les journalistes : il s'agit du conseil de presse.

Cependant, pour mettre fin aux dérapages récurrents dans le journalisme, il faut dorénavant que la Cour, les tribunaux prennent en main les questions liées à la conduite des journalistes, c'est-à-dire le comportement qu'ils doivent adopter vis-à-vis de la société. Désormais, c'est le juge qui libère sur les droits et les devoirs des journalistes. Ce qui justifie l'expression les « médias sous contrôle judiciaire » dans la mesure où les journalistes donnent souvent un volet illimité à la liberté d'expression journalistique. (Pascal Mbongo, 2011, p. 23). C'est pourquoi des articles sont en vigueur pour bien expliciter cette liberté et pour montrer qu'elle contient en même temps des réserves comme toute loi naturellement. La déontologie journalistique, de cette façon, vise à garantir l'intégrité, l'indépendance et la crédibilité de l'information, assurant ainsi la confiance du public.

Conclusion

En guise de notre analyse, on peut retenir que les médias, dans une nouvelle perspective, sont envisagés comme un système complexe en constante évolution, influencé par la technologie et façonnant la société. Les médias ne sont plus seulement des diffuseurs d'information, mais aussi des acteurs clés dans la construction de la réalité, l'influence des opinions et la formation des identités. L'objectif assigné, à travers cette étude était de comprendre les dérives et les tensions sociales liées à la conduite des médias dans le but d'apporter une contribution à ce débat. Avec l'essor des médias, nous sommes en face d'une crédibilité en disparition et le risque de voir advenir une perte de confiance irréversible du public. Parce qu'en observant de près la conduite des médias actuellement, on se rend compte

qu'ils ont grandement passé à côté de leur objectif : rétablir la vérité en toute honnêteté. On note une absence de rigueur permanente chez les journalistes et les attaques du public se multiplient « depuis une vingtaine d'années en raison d'une suite de dérapages ». (Éric Rhode, 2020, p. 40). Médias mensonges, désinformation, atteinte à la vie privée et compromis avec les contraintes externes en sont de parfaite illustrations. Bref, pour réduire les dérives et les dérapages des médias, il est essentiel de promouvoir l'éducation aux médias, renforcer l'autorégulation des médias, encourager la diversité des sources d'informations et responsabiliser les citoyens.

Références bibliographiques

- AUSTIN John Langshaw, 1970, *Quand dire, c'est faire*, Paris, Edition du Seuil.
- BRETON Philippe, PROULX Serge, 2006, *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^{eme} siècle*, Montréal, Boréal.
- BRYON-PORTEL Céline, 2007, « Les enjeux de l'information et de la communication », *D'un présumé dévoilement des médias : les origines philosophiques d'un discrédit*, Volume.
- BOURDIEU Pierre, 1994, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, pp. 3-9.
- CHAMAGNE Patrick, FRENCZI Thomas, L'HOMME Alain, ROMAN Joël, ZOURABICHVILI François, « Philosophie et journalisme », *Les cahiers du journalisme*, n°4, 1998, pp. 164-169.
- CIVARD-Racinais Alexandrie, 2003, *La déontologie des journalistes : principes et pratiques*, Paris, Ellipses.
- GAUTHIER Gilles, « L'éthique de la communication publique : une approche analytique », *Communication, Information Médias théories*, volume 11 n°2, automne 1990, pp. 120-152.
- HABERMAS Jürgen, 1986, *Morale et communication : conscience morale et activité communicationnelle*, Cerf.
- MAGGIORI Robert, 2011, *Le métier de critique : journalisme et philosophie*, Paris, Seuil.
- MEUNIER Jean Pierre, PERAYA Daniel, 2015, *Introduction aux théories de la communication : analyse sémio-pragmatique de la communication médiatique*, Louvain-la-Neuve, de Boeck.
- MBONGO Pascal, 2011, Collectif, 2011, « La fabrique juridique de la liberté d'expression journalistique », in *Philosophie juridique du journalisme : la liberté d'expression journalistique en Europe et en Amérique du Nord*, Paris, Edition mare-martin.
- MONTEBOURG Arnaud, « Le juge judiciaire de la déontologie des journalistes », Légipresse, n°101, mai 1993.
- MONTIGNY François, 2015, « Statut de la philosophie en éthique : Wittgenstein et sa conférence sur l'éthique », *Revue métaphysique et de la morale*, Presses Universitaires de France, n°87, pp. 377-388.
- PINTO Louis, 1994, « Le journalisme philosophique » *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 101-102, mars 1994, L'emprise du journalisme, pp. 25-38.
- PLATON, 1967, *Gorgias*, Paris, GF Flammarion.
- PLATON, 2008, 2011, *La République VIII*, Paris, Flammarion.

RHODE Éric, 2020, *L'éthique du journalisme*, Presses Universitaires de France, Humensi, Paris.

LÉVY Bernard Henri, 1977, « Philosophie par gros temps », cité par Vincent DESCOMBES ? Le Nouvel Observateur, éd. De Minuit, 12 mars.

TEMMAR Malika, 2019, « La philosophie dans la presse écrite : le cas des entretiens » ; *Argumentation et Analyse du Discours*, Université de Tel-Aviv.

ZOLA Émile, 1898, « J'accuse », L'Aurore, le 13 janvier.