

CÉRÉMONIE DE REMISE DU PRIX DUMUR 2006

L'Hebdo et le « Bondyblog »,
sont titulaires, depuis le 27 septembre du prix Dumur 2006 !

Effet de mode, les blogs? Menace pour les journalistes « traditionnels » qui risquent de se voir engloutis par la blogosphère ou, au contraire, formidable opportunité de renouveler et enrichir le métier ? Tel est le thème du débat proposé à l'occasion de la remise de ce prix et dont Béatrice Guelpa propose, ci-dessous, le compte-rendu .

Ce débat rassemblait Alain Jeannet, réd. en chef de L'Hebdo, Mohamed Hamidi, responsable du « Bondy Blog », Yann Chapellon, dir. de lemonde.fr, Bernard Rappaz, réd. en chef de tsr.ch, Pierre Ruetschi, réd. en chef adjoint La Tribune de Genève, Guillaume Chenevière, ancien directeur de la TSR et créateur de la fondation « Médias et Société ». Conduite du débat : Eliane Ballif ,directrice du CRFJ.

TOUS JOURNALISTES ?

Un auditoire du CRFJ (Centre Romand de Formation des Journalistes) plein à craquer, avec la fine fleur du journalisme romand, réunie là pour remettre le 19e prix Dumur à la rédaction de L'Hebdo pour son Bondyblog.

C'était hier. Et puis aussi un peu demain, tant les questions que suscite l'émergence des blogs agitent les rédactions. Les blogs ne sont-ils qu'une mode, ou un nouveau média à part entière ? Comment les médias traditionnels peuvent-ils ou doivent-ils se positionner face à ces nouveaux outils de communication ? Quelles peuvent être les conséquences du développement fulgurant de la « blogosphère » sur la qualité de l'information ?

« Le blog est un animal étrange qui ressemble à une bouteille à la mer... Mais il y a tellement de bouteilles, que l'on n'est plus sûr de voir la mer ! »
L'image est de Jean-Jacques Roth, rédacteur en chef du Temps, et elle résume parfaitement toutes les interrogations actuelles : quel message veut-on ou doit-on glisser dans ces bouteilles ?

Un journalisme de conversation

Les blogs, il en surgit de partout. De toutes sortes, éditoriaux, thématiques, personnels. Signe d'un formidable désir du public de s'exprimer, ils inondent le marché et, sans doute, nous font retourner à ce bain originel d'informations brutes non triées, d'avant l'apparition de l'espèce journalistique.

Pierre Ruestchi, rédacteur en chef de la Tribune de Genève parle de

l'« atomisation du marché de l'édition et interroge : « Qui va lire l'ensemble de ces contributions ? Sur le marché romand, combien de blogs peuvent se targuer d'avoir plus de dix réactions ? » Guillaume Chenevière, directeur de la Fondation « Médias et Société », dit la même chose, mais en chiffre : en Corée